

ALEXANDRE LOBÃO

A BÍBLIA DO ESCRITOR

Ferramentas práticas para guiar o escritor no trabalho de criação
de um Romance de Ficção, desde a ideia inicial até a divulgação
no mundo virtual



A BÍBLIA DO ESCRITOR

FERRAMENTAS PRÁTICAS PARA GUIAR O ESCRITOR NO TRABALHO DE CRIAÇÃO
DE UM ROMANCE DE FICÇÃO, DESDE A IDEIA INICIAL ATÉ A DIVULGAÇÃO
NO MUNDO VIRTUAL

PARTICIPAÇÃO ESPECIAL DE:

Felipe Pena

Eduardo Pastore

Marisa Moura

Alexandre Lobão

A BÍBLIA DO ESCRITOR

FERRAMENTAS PRÁTICAS PARA GUIAR O ESCRITOR NO TRABALHO DE CRIAÇÃO
DE UM ROMANCE DE FICÇÃO, DESDE A IDEIA INICIAL ATÉ A DIVULGAÇÃO
NO MUNDO VIRTUAL

 TRAMPOLIM

© by Alexandre Lobão – 2017

FICHA TÉCNICA

Editor
Tagore Alegria

Auxiliar Editorial
Regina Albuquerque

Capa
Angelo Augusto

Editoração Eletrônica
Angelo Augusto

Revisão
O Autor

L796b Lobão, Alexandre Santos
Bíblia do escritor, A / Alexandre Santos Lobão. –
Brasília : Trampolim, 2017.
372 p. il.

CDU 82-4

Contatos:
Alexandre Lobão – contato@alexandrelobao.com
Trampolim Editora – contato@tagoreeditora.com.br

Todos os direitos reservados de acordo com a lei.
Composto e impresso no Brasil. *Printed in Brazil.*

TRAMPOLIM EDITORA
SRTVS Quadra 701, Bloco O, Edifício Novo Centro Multiempresarial, sala 203,
CEP: 70.340-000, Brasília, DF | www.tagoreeditora.com.br

Sumário

O entretenimento como conceito de valor na literatura: sedução pela palavra

Boa parte da literatura brasileira contemporânea presta um desserviço à leitura.

Apresentação

Sobre a formação profissional e acadêmica do escritor no Brasil e no mundo

Como Escrever um Romance de Sucesso

Sobre porque este livro é importante, e a que ele se propõe: apresentar técnicas de escrita que ajudam o escritor a melhorar a qualidade da escrita em narrativas de ficção longas

O que é Sucesso

O que é um Romance

Como Escrever

Como Escrever um

Romance de Sucesso

Escrever: Arte ou Ofício?

Sobre como escrever livros não é apenas um dom, é algo que pode e deve ser aperfeiçoado através de estudos constantes - como qualquer outra profissão.

Algumas palavras sobre as oficinas literárias

Escolhendo a Ideia

Sobre como profissionais sabem que não basta uma ideia inspirada para escrever um livro, é necessário uma ideia inspiradora - e como saber a diferença.

Erros comuns na fase de escolher ideias

Exercício – selecionando ideias para seu próximo livro

Gestação

Sobre o papel da pesquisa e das anotações sobre temas correlacionados para explorar as potencialidades de uma boa ideia.

Erros comuns na fase de gestação

Exercício – Pesquisando para amadurecer sua ideia

Paradigmas de criação

Sobre como não há uma forma “melhor” ou “certa” para produzir um romance, com uma visão geral sobre alguns possíveis processos, suas vantagens e

desvantagens

Sentar e escrever

Ir editando enquanto escreve

Detalhamento progressivo

Estruturar e escrever

Comparando os paradigmas

Erros comuns na Escolha de um Paradigma de Criação

Exercício – Pesquisando para amadurecer sua ideia

A Premissa Estruturada

Sobre a ferramenta conhecida como “Premissa Estruturada”, que orienta a reescrita da ideia de forma a identificar os principais elementos da trama: Quem é o Protagonista e qual sua meta, quem é o Antagonista e qual sua meta, e o ambiente onde o conflito destas metas ocorre.

Estruturando sua premissa

Ingredientes de uma boa premissa

Erros comuns na produção da Premissa

Exercício – Criando sua premissa estruturada

Detalhamento de Personagens

Sobre a importância de definir e registrar as características dos personagens, e algumas ferramentas que orientam este trabalho.

Como definir bons personagens

Características e o princípio da revelação progressiva

Ferramentas para definir personagens

Usando Mapas Mentais

Usando Questionários para listas características

Aprofundando o personagem

A difícil escolha do nome e da profissão

Arco de mudança do personagem

Erros comuns na fase de definição de personagens

Exercício 1 – Definindo seus personagens

Exercício 2 – Entrevistando seus personagens

Planejamento do livro - Organização das Tramas

Sobre como a estrutura da trama é o esqueleto sobre o qual toda a história se assenta, dando-lhe forma sem engessar o processo criativo - e como utilizar esta poderosa ferramenta.

Aristóteles: Começo, meio e fim
Conflito e a estrutura com “pontos de virada”
O Século XX e o Estruturalismo
os reflexos do Estruturalismo na criação literária
A Jornada do Herói e a Jornada do Escritor
A Jornada do protagonista – uma visão genérica
variações possíveis da Jornada do protagonista
Definição das cenas usando a estrutura da trama
Erros comuns na fase de Definição da Estrutura
Exercício – Escrevendo as cenas principais de seu Livro

Produção das Cenas

Sobre o elemento básico da estrutura da trama, a cena, algumas das possíveis formas para se escrever uma cena, e sobre os elementos essenciais de uma cena.
O Ponto de Vista - Elemento Essencial da Narrativa
Estrutura das Cenas
Erros comuns na fase de Definição das cenas
Exercício – Escrevendo as cenas de seu livro

Escrevendo a primeira versão de seu livro

Sobre as linhas gerais que o autor deve seguir ao transformar sua lista de cenas na primeira versão de seu texto ou roteiro.
Criando um texto mais ágil
As Vozes do Livro e das Tramas
Apresentação dos Personagens
Diálogos
Refinamento da Pesquisa
Erros comuns na fase de Escrita dos Capítulos
Exercício – Escrevendo a primeira versão de seu livro

Revisões - Segunda Versão em diante

Sobre a forma profissional de aprimorar um texto através de revisões direcionadas - e ideias para revisões básicas e avançadas que o autor pode escolher e ampliar.
Revisão: Cortar os excessos na trama (Pontas soltas)
Revisão: Cortar ou incluir personagens
Revisão: Reorganização das cenas na trama
Revisão: Cortar os excessos no texto

Revisão: Incluir ganchos e implantes
Revisão: Backstory, Flashback/forward/sideways e Framing
Revisão: Ganchos para outras obras
revisão: Cliffhangers e Jumpcuts
revisão: Os seis Sentidos do personagem
Revisão final: Ortográfica e gramatical
Erros comuns na fase de revisão
Exercício – Escrevendo a primeira versão de seu livro

Leitura Crítica

Sobre o que é Leitura Crítica, a sua importância e pontos principais que um leitor crítico avalia em um texto
A Leitura Crítica realizada para as editoras
A Leitura Crítica realizada para os escritores
Alguns pontos avaliados pela Leitura Crítica
Erros comuns na contratação de uma leitura crítica
Exercício – Fazendo sua leitura crítica

Chegando à Editora

Sobre os caminhos - e descaminhos - para se chegar a uma editora, e os prós e contras de se optar, alternativamente, por uma publicação independente.
O mercado editorial no Brasil
O que é a “pilha de lama” e como evitá-la
Enviando seu original para a editora certa
Melhorando as chances de seu original
Transformando seu livro em um projeto editorial
Um exemplo de proposta editorial
Criando um projeto editorial
Quem são e o que fazem os Agentes literários
Pontos de atenção ao assinar um contrato
Exemplo de contrato
Erros comuns ao procurar uma editora
Exercício – Fazendo sua Proposta Editorial

Optando pela Autopublicação

Por Eduardo Pastore
Sobre as diversas opções que o autor tem, atualmente, para publicar seu livro por conta própria, as vantagens de fazê-lo e os desafios a serem vencidos por

quem escolhe este caminho.

Entendendo o cenário da autopublicação em papel

Entendendo o cenário da autopublicação Digital

Como o jogo funciona

Aspectos fundamentais à pré-publicação

Erros comuns ao decidir pela autopublicação

Exercício – Preparando seu livro para ser (auto)publicado

Divulgação

Sobre a importância do autor ativamente divulgar seu livro, e algumas alternativas sobre como fazê-lo.

A Plataforma do escritor

Visão geral do mercado livreiro

Organizando seu Lançamento

Criando uma base de leitores

Promovendo o livro no mundo virtual

Outras formas de divulgação

Erros comuns após a publicação

Exercício – Preparando sua divulgação

Algumas palavras sobre o mercado americano

Sobre os desafios enfrentados pelos autores que desejem publicar no mercado americano, e algumas direções gerais para quem deseja seguir este caminho.

Escolhendo bem seu agente literário norte-americano

Algumas palavras sobre marketing e vendas

Como enviar seu original

Modelo de contrato com um agente literário

O ENTRETENIMENTO COMO CONCEITO DE VALOR NA LITERATURA: SEDUÇÃO PELA PALAVRA

Por *Felipe Pena*

BOA PARTE DA LITERATURA BRASILEIRA CONTEMPORÂNEA PRESTA UM DESSERVIÇO À LEITURA.

Os autores não estão preocupados com os leitores, mas apenas com a satisfação da vaidade intelectual. Escrevem para si mesmos e para um ínfimo público letrado e pretensamente erudito, baseando as narrativas em jogos de linguagem que têm como único objetivo demonstrar uma suposta genialidade pessoal. Acreditam que são a reencarnação de James Joyce e fazem parte de uma estirpe iluminada. Por isso, consideram um desrespeito ao próprio currículo elaborar enredos ágeis, escritos com simplicidade e fluência. E depois reclamam que não são lidos. Não são lidos porque são chatos, herméticos e bestas.

Usei as palavras acima em uma entrevista concedida a um jornal carioca no ano passado, quando fui injusto e deselegante com diversos autores brasileiros de ficção que não se encaixam no perfil descrito. Minha generalização, no entanto, foi retórica, estratégica. Tinha como objetivo levantar a discussão sobre a formação de um público leitor no país e contestar o predomínio de uma parte da crítica acadêmica que ainda vê na anacrônica experimentação e em conceitos ligados aos formalistas russos do início do século passado os valores supremos do texto literário.

Como disse naquela entrevista, são os doutores universitários (e me incluo na lista) que prejudicam a formação de um público leitor no país. A linguagem da academia é produzida como estratégia de poder. Quanto menos compreendidos, mais nossos brilhantes professores se eternizam em suas cátedras de mogno, sem o controle da sociedade. E isso se reflete na literatura.

Em recente polêmica envolvendo uma crítica da professora Beatriz Resende ao seu último livro, o escritor João Ximenes Braga desabafou: “Críticos de cinema e música entendem que há espectadores e ouvintes com desejos diversificados. Chegamos aos livros e, danou-se, os acadêmicos e certos críticos que sempre falam em ‘a literatura’ com artigo definido, como se houvesse um único cânone a ser seguido, não fazem cerimônia em dizer que o leitor que não os obedece é burro ou pouco exigente.”

Braga pondera que, pela premissa da crítica brasileira, dificilmente haveria uma versão brasileira contemporânea de fenômenos de qualidade e popularidade como o inglês [Nick Hornby](#) e o americano [David Sedaris](#). Segundo ele, certos críticos locais os matariam no nascedouro e trucidariam sua linguagem simples, pois negam a possibilidade de uma literatura que não seja dirigida a uma casta de leitores que habita uma torre de marfim.

Concordo com ele. É fácil perceber que grande parte da nossa ficção é elitista e pretensiosa. Os autores (estou generalizando de propósito novamente) não se preocupam com o principal, que é contar uma história. Alguns livros nem história têm, limitando-se ao já mencionado experimentalismo linguístico.

Isso não significa, no entanto, que não sejam boa literatura. Pelo contrário, alguns são obras de arte de relevante valor. Só não são acessíveis. Eu, por exemplo, leio esses autores, mas tenho doutorado em Literatura. Aliás, isso é parte do problema: a academia e uma elite leitora convencionaram que só tem valor aquilo que está na elipse, que força o leitor a encontrar sentido onde poucos conseguem enxergar. Por essa premissa, o que é fácil de ler não tem valor literário. E quem discorda dela é taxado de superficial.

Voltemos, então, à injustiça que cometi. Quero citar alguns autores que defendem o retorno ao compromisso narrativo e não se encaixam no perfil de herméticos. Um deles, o jovem Rodrigo Lacerda, deixou isso claro em entrevista recente a este jornal: “busco uma história bem contada, isto é, aquela que constrói um fluxo envolvente e cujas situações transmitem eficientemente os dramas dos personagens, estabelecendo contato emocional com o leitor.”

A definição de Lacerda é primorosa e, como ele, há diversos escritores brasileiros que enveredam pela mesma estratégia. Fernando Molica, Adriana Lisboa, Tatiana Salem Lévy, Homero Senna, Edney Silvestre, Bernardo Carvalho, Cristovão Tezza, Livia Garcia-Roza, Arnaldo Bloch e Sérgio Rodrigues estão entre eles. E me perdoem todos aqueles que não mencionei.

Concordo que cada um escreva como pode, como diz o André De Leones. Mas alguns podem mais do que os outros. O que proponho não é desvalorizar os autores que seguem a verve intelectual da crítica especializada, muito menos desarticular seus grupos de influência que se eternizam em elogios mútuos (e, às vezes, justos) pelos cadernos de cultura do país. O que desejo é apenas abrir espaço para um outro tipo de literatura,

cujas propostas de retorno ao compromisso narrativo incluíam mais um conceito demonizado pela crítica: o entretenimento.

Para os doutores da Academia, entreter significa passar o tempo. É um termo pejorativo, aviltante, usado para diminuir uma obra. Mas não é o que ele significa para quem se envolve com um livro e não consegue largá-lo. Em literatura, entretenimento é sedução pela palavra escrita. É a capacidade de envolver o leitor, fazê-lo virar a página, emocioná-lo, transformá-lo.

É esse o conceito de entretenimento que defendo para a ficção brasileira. Tenho a impressão de que todas as outras artes já o utilizam dessa forma, mas a literatura ainda parece padecer da velha dicotomia entre o erudito e o popular. O paradigma do biscoito fino é uma falácia de quase cem anos na cultura deste país. É o argumento da exclusão. São os brioches da nossa literatura, difundidos pelas Marias Antonietas encasteladas na linguagem empolada do hermetismo. Mas a guilhotina vai chegar.

Ao contrário do que apregoaram certos apocalípticos, a popularização da tecnologia valorizou a escrita e, portanto, aumentou o interesse pelo texto, pela palavra. Há leitores neste país, mas é preciso respeitá-los. É preciso produzir narrativas que não sejam meros exercícios de egocentrismo e/ou missivas elípticas endereçadas aos pares. Escrevemos para sermos lidos, o que deveria ser óbvio, mas parece um pecado mortal no sacro universo de nossa literatura. Acredito que precisamos de livros de ficção que sejam acessíveis a uma parcela maior da população. E isso não significa produzir narrativas pobres ou mal elaboradas. Escrever fácil é muito difícil, já ensinava o ululante Nelson Rodrigues.

Minhas reflexões não enveredam pela negação das qualidades e da diversidade da literatura brasileira, mas por uma discussão sobre a formação de um público leitor no país. Mesmo quando classifico boa parte dos autores contemporâneos como chatos, herméticos e bestas, faço-o do ponto de vista da disseminação da leitura, não da análise estética, embora esta última esteja intrinsecamente ligada à minha crítica.

Não se trata de colocar o desejo soberano de ser lido na origem do processo criativo. Mas de entender por que não há espaço para aqueles que têm tal desejo. A literatura brasileira contemporânea tem poucos autores dispostos a contar uma boa história, sem a preocupação de produzir experimentalismos e jogos de linguagem, mas eles convivem com o receio de serem arbitrariamente rotulados como superficiais.

Apesar da tão apregoada diversidade da prosa nacional, a crítica acadêmica dividiu-a em pólos antagônicos. Quem não é moderninho, é superficial. E ponto final. Essa é a generalização leviana da nossa literatura. É ela que produz distorções, afasta leitores e joga sua névoa sobre o mundo literário, além de disseminar o terror entre os escritores.

E quando falo em terror, não estou exagerando. Vários escritores já me procuraram para dizer que concordam com as ideias aqui apresentadas, mas afirmam que jamais as defenderiam em público com medo de serem rotulados pela crítica. Recentemente, um grupo de dez autores (eu inclusive) assinou um manifesto em defesa da popularização e do entretenimento na literatura. Quando o documento foi divulgado na imprensa, metade do grupo retirou a assinatura. É verdade que outros se juntaram a nós, mas a dissidência confirma que o receio de “brigar” com o pensamento dominante ainda é muito forte na comunidade literária. Embora também queira deixar claro que todos os dissidentes têm o nosso respeito e admiração e apresentaram bons motivos para sair, sendo que um deles se retirou do grupo simplesmente por não ter vocação para a “luta”, como muito bem descreveu em sua carta de saída, que é de uma sinceridade louvável.

Mesmo assim, sou um otimista, pois já há um movimento contrário ao “*status quo* literário” no interior da própria crítica. O recente livro do ensaísta búlgaro Tzvetan Todorov, um dos herdeiros mais ilustres do formalismo, é um claro exemplo. Em *A literatura em perigo* (Difel, 2009), Todorov afirma que o principal risco que ronda a literatura é o de não participar mais da vida cultural do indivíduo, do cidadão. E isso acontece, segundo o autor, porque os escritores não se preocupam com a afetividade e o prazer do leitor, limitando-se apenas a aspirar ao elogio da crítica.

Em um *mea culpa* corajoso, Todorov conclui: “A história da literatura mostra bem: passa-se facilmente do formalismo ao niilismo ou vice-versa. (...) Numerosas obras contemporâneas ilustram essa concepção formalista de literatura; elas cultivam a construção engenhosa, os processos mecânicos de engendramento do texto, as simetrias, os ecos, os pequenos sinais cúmplices. (...) Para essa crítica, o universo representado no livro é autossuficiente, sem relação com o mundo exterior.”

Outro crítico de renome, o professor Émile Faguet, titular da cadeira de Literatura Francesa na Sorbonne, também vai pelo mesmo caminho no ensaio *A arte de ler* (Casa da palavra, 2009), quando dá a um capítulo o título de **escritores obscuros**: “Esses autores desfrutam sempre de enorme

reputação. Têm um bando e um sub-bando de admiradores. O bando é composto por aqueles que fingem entendê-los, o sub-bando por aqueles que não ousam dizer que não os compreenderam e que, sem os lerem, declaram que são primorosos”

Mas também há exemplos mais antigos. O irlandês C.S. Lewis, que morreu em 1963, dizia que a grande leitura não exige perícia ou força; exige, ao contrário, desarme e paixão. Lewis era um defensor do leitor leigo, “comum”, ou seja, “aquele que lê sem nada esperar, que lê simplesmente porque o livro o agarra e ele não consegue mais largá-lo”.

É em busca desse leitor que vai a literatura de entretenimento. E não custa repetir: entretenimento não é passatempo, é sedução pela palavra. É um conceito ao qual se deve atribuir valor artístico e estético. É um termo que não pode ser rotulado ou tratado com preconceito. É um gênero cuja boa tecelagem está entre as mais difíceis e trabalhosas.

Tudo é linguagem, mas a narrativa é a base da literatura. Uma história bem contada é a meta que perseguimos.

•**Felipe Pena** é jornalista, psicólogo, romancista e professor da Universidade Federal Fluminense. Autor de 12 livros (entre eles os romances que compõem a Trilogia do Campus) e dezenas de artigos científicos publicados no Brasil e no exterior, é Doutor em Literatura pela PUC-Rio, com pós-doutorado em semiologia da imagem pela Université de Paris/Sorbonne III. Escreve crônicas pra o Jornal do Brasil, coordena o GP de Teoria do Jornalismo da Intercom e ministra oficina de crônicas na Estação das Letras, no Rio de Janeiro. Foi sub-reitor da UNESA e comentarista da TVE-Brasil.

APRESENTAÇÃO

SOBRE A FORMAÇÃO PROFISSIONAL E ACADÊMICA DO ESCRITOR NO BRASIL E NO MUNDO

Se você deseja seguir a carreira de pintor ou escultor, você pode cursar um curso de graduação em artes plásticas para ter não só uma visão geral das principais realizações nesta área, como também aprender técnicas essenciais para esta arte – proporção áurea, perspectiva, luz e sombra, figura humana, tipos e usos materiais e muitos etc.

Da mesma maneira, se você deseja ser um ator, há universidades de artes cênicas; se você procura formação na área de música, há universidades para formação de músicos. Há cursos universitários especializados inclusive para o cinema, arte com pouco mais de um século de existência - na infância se comparada com as demais.

No entanto, se você deseja formação profissional para se tornar um escritor, que curso você cursaria? Com todo o respeito à graduação em Letras, este não é o foco deste curso.

Nos Estados Unidos e Inglaterra, os cursos de “*Storytelling*” (que poderíamos traduzir livremente como “contar histórias”) começaram a aparecer logo após a segunda guerra mundial e vêm se aperfeiçoando desde então. Muitas das técnicas para produção literária já transcenderam dos muros da academia e são ensinadas nos correspondentes aos nossos cursos fundamental e médio, universalizando determinados conceitos que, até hoje, são pouco conhecidos no Brasil.

A existência de um estudo sistematizado e organizado de técnica para aperfeiçoamento da produção literária explica não só o sucesso alcançado por escritores anglo-saxões, como Dan Brown, J.K. Rowling, James Patterson, Michael Crichton, James Rollins e muitos outros, como também explica a

dificuldade de autores brasileiros de entrarem neste mercado, uma vez que nos falta esta mesma formação.

Algumas iniciativas de estabelecer cursos de graduação e pós-graduação na área de produção literária começaram a aparecer no Brasil a partir do ano 2000, e aos poucos têm se firmado, como os cursos da PUC-Rio, da PUC-RS, da Vera Cruz e, São Paulo e outros.

Obviamente, o assunto é extenso e passível de muitos questionamentos; até por isso teremos a oportunidade de retornar a ele no correr deste livro. O importante de registrar neste momento é o seguinte: assim como todo pintor tem a oportunidade de melhorar sua arte ao conhecer conceitos de perspectiva, uso de cores e outros, é benéfico a qualquer escritor conhecer técnicas que aumentem seu domínio da arte de escrever.

Mesmo que, como Picasso, ele escolha conhecer as regras apenas para subvertê-las.

Este é um livro para escritores, produzido por um escritor. O livro que eu gostaria de ter em mãos quando comecei a escrever, mais de vinte anos atrás.

Nele as diversas técnicas sobre como melhor organizar seu trabalho foram organizadas de maneira sequencial, como um guia para orientar o escritor desde o levantamento de ideias até a divulgação do livro, passando pelo processo de encontrar a editora ideal para seu trabalho.

Estas técnicas trazem para o Brasil a essência dos cursos de *Storytelling* anglo-saxões e incluem um “tempero tropical”, incluindo o ponto de vista dos escritores brasileiros.

As técnicas que apresentamos aqui foram apreendidas de cursos e conversas com profissionais do mercado anglo-saxão e brasileiro, de diversos livros sobre o assunto, publicados em inglês e português, da análise de diversas obras de sucesso brasileiras e estrangeiras e, talvez principalmente, do aprendizado do autor nas oficinas que apresentou sobre o assunto, onde a interação com escritores e aspirantes permitiu verificar o quanto cada técnica se adéqua ao modo de pensar do brasileiro.

Posso dizer, também, que este é um trabalho evolutivo, pois como todo profissional o escritor precisa buscar o aperfeiçoamento constante e a cada dia descobrimos novas técnicas para melhorar nossa arte.

Por isso, convido-o a acompanhar e colaborar com suas ideias e

impressões no “Vida de Escritor”, meu blog com dicas para escritores. O endereço atual do blog pode ser encontrado em meu site:

<http://www.AlexandreLobao.com>

Este livro, enfim, é um instrumento para ajudá-lo a descobrir que existem processos que facilitam a escrita, instrumentos que ajudam a melhorar a qualidade de seu trabalho, técnicas para aumentar a imersão do leitor em sua história e maneiras de criar mais críveis.

Este livro é uma abertura de olhos, mostrando que escrever romances não deve ser um trabalho só de arte: é necessário burilar este diamante, realizar o potencial das boas ideias, pois escrever bem é uma equação que só funciona se balancearmos adequadamente inspiração e técnica.

Por fim, vale dizer que se há uma única lição a se levar deste livro, é esta: que não existe uma “forma certa” de se escrever, este livro apresenta uma série de ideias e ferramentas, mas cabe a cada escritor descobrir quais delas usar para melhor expressar sua arte.

Boa leitura!

COMO ESCREVER UM ROMANCE DE SUCESSO

SOBRE PORQUE ESTE LIVRO É IMPORTANTE, E A QUE ELE SE PROPÕE: APRESENTAR TÉCNICAS DE ESCRITA QUE AJUDAM O ESCRITOR A MELHORAR A QUALIDADE DA ESCRITA EM NARRATIVAS DE FICÇÃO LONGAS

Antes de chegarmos à parte mais divertida para nós escritores, que é efetivamente escrever, acredito que vale à pena gastarmos alguns minutos entendendo um pouco mais do outro lado desta equação – o público leitor brasileiro – e a motivação maior para você ler este livro.

Ler é a sétima atividade mais realizada pelos brasileiros em seu tempo livre¹, sendo que dentre aqueles que leem em seu tempo livre, 58% afirmam ler frequentemente.

Em um primeiro momento, esta colocação dentre as atividades de lazer pode não parecer muito boa, mas se considerarmos que ler aparece à frente de atividades como “navegar na internet e “praticar esportes”, percebemos que a leitura é, cada vez mais, apreciada pelos brasileiros.

Esta paixão se reflete em números: 88,2 milhões de brasileiros, 50% da população acima de 5 anos de idade, declaram ter lido pelo menos um livro, em todo ou em partes, nos últimos três meses.

Outro indicador interessante, que também mostra uma evolução neste hábito, é o crescimento das bibliotecas municipais: Em 1999, 72% dos municípios brasileiros possuíam bibliotecas públicas; em 2007 já eram 84,1%; chegando a incríveis 97% em 2012².

Como não poderia deixar de ser, o crescimento do número de leitores reflete-se também no crescimento do número de escritores: quase 20% dos brasileiros dizem gostar de escrever em seu tempo livre¹!

Obviamente, nem todos os que escrevem o fazem pensando em publicar seus trabalhos; mas ainda assim este é um número a ser considerado quando avaliamos os potenciais escritores que há no país.

Não há números oficiais da quantidade de livros recebidos pelas editoras, porém uma consulta extraoficial a algumas editoras em 2014 indicou que uma editora de médio porte, com distribuição nacional, recebe entre 50 e 70 originais a cada mês. Em uma grande editora este número chega a ser duas maior; e quando se aproximam eventos como a Bienal do livro algumas editoras chegam a receber mais de 300 livros em um único mês. Vale lembrar que este número vem crescendo ano após ano.

Considere, então, que você quer ter seu livro publicado por uma grande editora: você irá concorrer com cerca de 150 concorrentes por mês, ou 1.800 livros em um ano. Se a editora não tem capacidade de avaliar todos os livros que chegam em um mês, então a situação se complica, gerando uma pilha de originais não avaliados.

Os americanos têm um termo para isso: “*slush pile*” (literalmente, ‘pilha de lama’), que indica o monte de livros sem qualidade definida, que chega à editora sem que sejam solicitados - e que *pode* (não necessariamente é) ser garimpada à procura de alguma joia que valha a pena publicar.

Este livro é, em um primeiro momento, sobre isso: como escapar desta pilha. Mas também é bem mais que isso: ele se propõe a ser um guia objetivo para escritores novos ou experientes, oferecendo informações importantes e indicando ferramentas para ajudar desde a escolha da ideia inicial até o momento de pós-publicação, quando o trabalho do autor se foca mais na divulgação de seu trabalho.

Para entender melhor a que o livro se propõe, vamos começar explorando alguns dos componentes essenciais desta equação: O que é “sucesso”? O que é um “romance”? E, principalmente, “como escrever”?

O QUE É SUCESSO

Segundo a CBL – Câmara Brasileira do Livro, em uma declaração à Folha de São Paulo em 2008, um livro que venda entre 15.000 e 20.000 exemplares já pode ser considerado um *best-seller* no Brasil.

Obviamente, há muitos detalhes a considerar. Por exemplo, se seu livro estiver na lista dos livros do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) ou em algum dos outros programas governamentais de compra de livros para escolas e bibliotecas, provavelmente já terá garantida a venda de dezenas de milhares de exemplares. Livros técnicos de assuntos “da moda”, como gerenciamento de projetos e livros de autoajuda (por vezes travestidos de livros técnicos) sobre como conquistar sucesso, dinheiro ou amor também são medidos em escalas diferentes. Estes livros devem ser encarados como ferramentas de estudo e melhoria pessoal e não como literatura e seus leitores muitas vezes não leem outro tipo de livros.

Pode-se dizer, portanto, que um *best-seller*, um “sucesso literário”, se inicia por volta dos 15.000 exemplares vendidos. Em um país com 38 milhões de leitores frequentes, esse número pode parecer pequeno e até fácil de ser atingido – o que infelizmente é uma ilusão.

No entanto, para o escopo deste livro estamos falando de outro tipo de sucesso. Retornando à pesquisa de “Retratos da leitura do Brasil”, verificamos que o livro mais lido pelos brasileiros é a Bíblia – citada como o “gênero” de livro mais lido pelos leitores, com 42% das respostas, enquanto “Romance”, que nos interessa, é o gênero preferido por 31% dos brasileiros.

O segundo livro da lista dos “mais marcantes” na edição de 2008 desta pesquisa, de forma quase previsível, é “O Código da Vinci”, de Dan Brown (que ainda está em 12º lugar quatro anos depois, na pesquisa de 2012). ‘Harry Potter’ (mencionado apenas o personagem, não um livro específico), outro grande sucesso editorial, aparece em quarto lugar em 2008 e em oitavo lugar em 2012.

Ora, se um livro que vende 15.000 exemplares no Brasil já pode ser considerado um *best-seller*, o que faz com que um livro venda cerca de 10 milhões de exemplares, como é o caso de “O Código da Vinci”?

Obviamente, há um grande conjunto de fatores que contribuem para que os *mega-best-sellers* vendam tanto, incluindo obviamente uma estratégia agressiva de marketing, mas com certeza não se restringindo a isso.

E é deste tipo de sucesso que falamos no escopo deste livro.

Além das dicas essenciais para publicar seu livro através de uma grande editora, apresentamos aquele “quê” a mais que faz a diferença entre um *best-seller* que vende 20.000 exemplares e um *mega-best-seller* que vende centenas de milhares.

O QUE É UM ROMANCE

Podemos definir um romance de diversas maneiras.

O dicionário Aurélio informa que um romance é uma “Literatura Narrativa em prosa, mais ou menos longa, na qual se relatam fatos imaginários (embora estruturados com verossimilhança), às vezes inspirados em histórias reais, cujo centro de interesse pode estar no relato de aventuras, no estudo de costumes ou tipos psicológicos, na crítica social etc.”.

Historicamente falando, podemos dizer que o romance foi criado no início do século XVII, sendo o seu primeiro representante o livro “Dom Quixote de La Mancha”, de Miguel de Cervantes. Até o final do século XVI, o gênero literário mais conhecido era a epopeia, ou poema épico, onde as façanhas de heróis conhecidos ou mitológicos eram narradas em verso.

Vários escritores já apresentaram diferentes definições para o romance. A título de curiosidade, vejamos algumas delas:

“A função do romance é ser a expressão maior e diríamos homérica, ou seja, épica, da vida contemporânea”.

M. Paulo Nunes

“Romance é a imaginação abrangendo e modelando a vida”.

Joaquim Nabuco

“Ao considerarmos o romance e a épica, somos tentados a pensar que a diferença principal está na diferença entre verso e prosa, entre cantar algo e enunciar algo. Mas acho que há outra maior. A diferença está no fato de que o importante na épica é o herói — um homem que é um modelo para todos os homens. Ao passo que a essência da maioria dos romances, como salientou Mencken, reside na aniquilação de um homem, na degeneração do caráter”.

Jorge Luis Borges

Independente da forma que você escolha para definir um romance, o que nos interessa aqui é deixar claro que um romance *não* é um “conto comprido”.

Um romance é a oportunidade do escritor para explorar as nuances psicológicas de seus personagens e de seus relacionamentos, detalhar locais e momentos históricos onde se passa a história, aprofundar as tramas e incluir subtramas que enriqueçam a narrativa, usar diferentes vozes e exercitar formas de narração diferenciadas e muitos outros detalhes.

Além disso, o romance é o segundo gênero de livro mais lido no Brasil, logo após o de “livros didáticos”. Convertendo isso para números, estamos falando de mais de 30 milhões de leitores em potencial no país.

Só este número já é estímulo suficiente para animar qualquer um que queira ganhar a vida como escritor a tentar produzir seu romance! Obviamente, o caminho para o sucesso não é fácil, por isso além de ânimo o autor deve se armar de muita persistência e de todas as ferramentas que puderem ajudar nesta jornada.

E, apenas a título de curiosidade, talvez valha a pena verificarmos quais os romances que estão na lista dos vinte livros que foram considerados “os mais importantes na vida dos brasileiros”³: Harry Potter, Crepúsculo, O Caçador de Pipas, Dom Casmurro, O Alquimista, Código Da Vinci, Iracema, A Moreninha, Capitães de Areia, Vidas Secas, Romeu e Julieta. Também aparecem nesta lista romances de cunho religioso ou espiritual como “Ágape”, “Bom dia, Espírito Santo” e “A Cabana”.

A surpresa, talvez, seja por ver “Dom Casmurro” à frente de “O Alquimista” e de “O Código da Vinci”, embora a adaptação para televisão realizada em 2008 possa ter ajudado este clássico a subir algumas posições na pesquisa...

COMO ESCREVER

Escrever é fácil, muito fácil! Desde crianças temos a capacidade de contar histórias, o que falta à maioria das pessoas é simplesmente o treino para colocar estas histórias no papel.

Para não dizer que esta ideia é estapafúrdia, citamos uma frase de José Saramago, Nobel de Literatura em 1998:

**“Somos todos escritores.
Só que uns escrevem, outros não.”**

José Saramago

Uma outra opinião a respeito, mais bem humorada, é a de Pablo Neruda, poeta chileno que dispensa apresentações:

**“Escrever é fácil: Você começa com uma letra maiúscula
e termina com um ponto final. No meio você coloca
ideias.”**

Pablo Neruda

No entanto, se escrever é fácil, escrever bem é uma atividade que demanda muito esforço. Para continuar com as citações – acredito que é interessante e até divertido, saber o que grandes escritores pensam sobre o assunto - passemos a uma frase atribuída a Fernando Sabino, cuja biografia de mais de quarenta livros impõe respeito:

“Escrevo trezentas páginas, aproveito no máximo trinta.”

Fernando Sabino

Falando em esforço, vale citar a frase que, provavelmente, mais bem resume o conteúdo e o motivo deste livro. A frase é de Samuel Johnson, poeta, ensaísta, novelista, biógrafo e crítico literário inglês que viveu no século 18 e que é descrito pelo Oxford *Dictionary of National Biography* como “o mais notável homem de letras na história da Inglaterra”. Com sua visão aguda, Dr. Johnson, como era conhecido, sintetizou em uma frase o que deveria ser a filosofia de

vida e de trabalho de todo escritor que se preza:

**“O que é escrito sem esforço, geralmente é lido sem
prazer”**

Samuel Johnson

Pois bem, então sabemos que para escrever basta ter ideias e registrá-las no papel, mesmo que virtual. Sabemos, também, que é necessário empenho neste processo e que muito do que escrevermos poderá ser simplesmente jogado fora porque não atingiu um bom patamar de qualidade. Este segundo ponto é essencial e um dos mais difíceis para novos escritores: cortar o que não ficou bom. Lembre-se que nossos escritos são nosso “cartão de visita” e se teimarmos em deixar uma parte do texto que não está tão boa, só para “fazer volume” e deixar o livro mais grosso, esta parte pode estragar todo o resto de um bom texto!

Agora, o que ainda não sabemos é justamente o “como” escrever. Como passar ideias para o papel sem perder sua vitalidade, originalidade e graça?

Uma resposta simples e direta é dada por William Somerset Maugham, novelista, contista e escritor de peças inglês que foi o mais bem pago escritor na década de 1930:

**“Existem três regras para saber escrever ficção.
Infelizmente ninguém sabe quais são elas.”**

William Somerset Maugham

Brincadeiras à parte, é importante nos conscientizarmos de duas coisas: Primeiro, realmente não existem regras para escrever (boa) ficção, até porque várias grandes obras se destacaram justamente por saírem dos padrões usuais dos escritores de sua época.

Em segundo lugar, é importante saber que existem sim regras para melhorar seu texto, desde simples regras gramaticais e ortográficas – que encontramos em qualquer gramática – até regras sobre como estruturar melhor seu texto para torná-lo mais claro, mais fluido, mais divertido para o leitor.

E este livro é justamente sobre estas “regras não escritas”, estes detalhes que tem o potencial de melhorar seu texto, mas que você só aprende, normalmente, após gastar muito tempo e energia. Cabe aqui mais uma citação, esta de Mario de Andrade, modernista reconhecido como um

dos mais importantes intelectuais do século XX e que além de romancista e poeta, ainda foi ensaísta, crítico de arte, professor universitário e estudioso de música:

“Você irá escrevendo, irá escrevendo, se aperfeiçoando, progredindo, progredindo aos poucos: um belo dia (se você aguentar o tranco) os outros percebem que existe um grande escritor.”

Mário de Andrade

Pegando o “gancho” deixado por Mário de Andrade, podemos dizer que cada escritor precisa trilhar seu próprio caminho e descobrir suas próprias técnicas, explorar seu potencial e quebrar seus limites. Este livro se propõe a iluminar um pouco destes caminhos, permitindo que o escritor, seja iniciante ou experiente, ande mais rápido, aprendendo com os erros e os acertos dos que vieram antes dele.

Para fechar o capítulo, destaquemos uma frase de Lêdo Ivo, famoso escritor e jornalista e imortal da Academia Brasileira de Letras:

“Uns escrevem para salvar a humanidade ou incitar lutas de classes, outros para se perpetuar nos manuais de literatura ou conquistar posições e honrarias. Os melhores são os que escrevem pelo prazer de escrever.”

Lêdo Ivo

Escrever é fácil, mas escrever bem demanda um esforço não apenas grande como também contínuo.

Se você realmente quer gastar este tempo e energia investindo em uma carreira de escritor, que seja pelo motivo certo: porque você ama escrever!

E se você ama escrever e tem a coragem para persistir na busca de seus objetivos de vida, tudo o mais se resolve!

Conte com este livro para ajudá-lo!

No capítulo a seguir, vamos discutir um pouco sobre os limites da arte e do ofício de escrever, buscando entender quanto podemos melhorar nossa técnica de escrita sem abrir mão de nossa personalidade única na forma de escrever.

COMO ESCREVER UM

ROMANCE DE SUCESSO

Quer dizer que, ao terminar o livro, você será capaz de escrever um romance de sucesso?

Não. Não necessariamente.

Ser um sucesso de vendas não depende só da qualidade da obra, seja em forma, seja em conteúdo. No capítulo sobre escolha de editoras, autopublicação e divulgação, voltamos ao assunto e destacamos muitas das coisas que um autor pode fazer para aumentar suas chances de sucesso.

No entanto, sucesso é uma coisa imponderável, imprevisível. Muitas editoras apostam em livros de “sucesso certo” que não vendem; enquanto outros livros aparentemente fora do gosto do grande público, de tempos em tempos, emergem como grandes sucessos de venda.

Neste livro você vai conhecer técnicas comuns a livros de muito sucesso. Utilizando estas ferramentas, acreditamos que não só seu livro terá mais chances de fazer sucesso mas, principalmente, ele terá mais chances de atrair os olhares de uma editora – que é o primeiro dos obstáculos do autor iniciante.

Então, sem ilusões, sabendo o que aprenderemos aqui são as regras do bom combate, vamos à luta e não desanimemos com eventuais derrotas - pois este bom combate se vence não só com qualidade, mas também com persistência!

Antes de começarmos a falar sobre a escrita em si, acredito que valha à pena gastarmos um tempo conversando sobre os limites entre técnica e arte na escrita. Este assunto rende excelentes conversas filosóficas, pois enquanto há escritores que acreditam que *tudo* é técnica, há muitos outros – a maioria novatos, pela minha experiência – que acreditam que *qualquer* estudo sobre técnica atrapalha sua arte.

Falemos sobre isso no próximo capítulo!

1. Fonte: pesquisa “Retratos da Leitura do Brasil”, do instituto Pró-livro, realizada em 2011, considerando uma população de 178 milhões (habitantes acima de 5 anos de idade)
2. Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais, 2012
3. Fonte: pesquisa “Retratos da Leitura do Brasil” do instituto Pró-livro, 2012

ESCREVER: ARTE OU OFÍCIO?

SOBRE COMO ESCREVER LIVROS NÃO É APENAS UM DOM, É ALGO QUE PODE E DEVE SER APERFEIÇOADO ATRAVÉS DE ESTUDOS CONSTANTES - COMO QUALQUER OUTRA PROFISSÃO.

Existe um certo, digamos, “mito”, que diz que os escritores são excêntricos e que seu ego é gigantesco. Talvez esta ideia tenha se iniciado com Truman Capote, excêntrico escritor americano que adorava aparecer na mídia; ou quem sabe seja apenas resquício de alguns filmes hollywoodianos que acabaram por estabelecer este estereótipo junto à população em geral.

Vale destacar que já tive a oportunidade de conhecer diversos escritores nacionais e alguns internacionais, alguns de bastante sucesso e salvo uma exceção (que obviamente terei a delicadeza de não mencionar) todos são pessoas normais, nem um pouco egocêntricas.

No entanto, um fato inegável é que muitos escritores, principalmente os iniciantes, mostram grande resistência em melhorar sua técnica de escrita, justificando com desculpas como “a escrita é arte e não vou modificar minha arte para me adequar ao mercado”.

Ora, ninguém acha estranho um pintor passar anos estudando técnicas de perspectiva, desenho com modelos vivos, uso de diferentes suportes e materiais de pintura, história da arte e vários outros assuntos para ser capaz de expressar sua inspiração da melhor forma possível. Um curso superior de artes plásticas usualmente tem a duração entre três ou quatro anos.

O mesmo não acontece com os escritores: ao realizar leitura crítica de originais e sugerir mudanças para melhorar o texto, diversas vezes escutei que determinados erros eram “parte da arte” e que o autor não iria modificá-los.

Talvez o fato de não haver cursos superiores específicos para “Arte Literária” tradicionalmente estabelecidos e de reconhecimento nacional no Brasil (não conto aqui os cursos de Letras, cujo foco não é capacitar escritores) contribua para isso, porém independente disso o fato é que o estudo de técnicas de escrita é desprezado por muitos escritores. Com a popularização das oficinas de escrita no Brasil, este preconceito vem diminuindo aos poucos, mas ainda é muito comum vermos autores iniciantes resistindo à ideia de estudar técnicas de escrita.

A questão, realmente, é delicada, até porque existem tantas técnicas de escrita quanto existem escolas de pintura, o que torna a definição de “certo” ou “errado” difícil de ser estabelecida. O certo, afinal, é o livro que segue todas as regras da língua? Ou é o livro que se torna um sucesso de crítica? Ou, quem sabe, é o livro que se torna um sucesso de público?

Apenas para listar alguns extremos, vamos começar com o escritor Paulo Coelho. De alguns anos para cá é comum vermos críticas à qualidade de seu trabalho, principalmente de críticos literários e dos ditos “intelectuais”. No entanto, ele não só é um dos imortais da Academia Brasileira de Letras, como também é o autor de maior sucesso do mundo (e não apenas dentre os escritores de língua portuguesa), traduzido em mais de 60 línguas e vendido em mais de 150 países.

Outro exemplo extremo seria o de José Saramago, escritor e dramaturgo português que ganhou o Nobel de literatura em 1998, além do Prêmio Camões, o mais importante prêmio literário da língua portuguesa. O crítico literário Harold Bloom chegou a dizer que Saramago é o mais talentoso romancista vivo⁴. Sucesso absoluto de crítica, seus livros são de difícil leitura, com parágrafos longos, por vezes com diversas páginas de extensão, ausência de travessão para marcar os diálogos dos personagens, entre outras construções pouco usuais que seriam consideradas erros se aparecessem em uma redação escolar.

Analisando estes dois extremos, um grande sucesso de público, outro de crítica, ambos escritores que se expressam de forma incomum, devemos considerar que é difícil, quiçá impossível, falarmos sobre o que seria uma “forma adequada” de escrever.

Neste ponto, devo concordar com o escritor Andrey do Amaral, que em seu livro “Mercado Editorial – guia para autores” fala a certo ponto que um escritor precisa conhecer as regras, para saber como e onde pode quebrá-las e quando deve respeitá-las.

O ponto mais importante e que deve ficar claro em nossas mentes no correr deste livro, é que a escrita de um romance envolve duas partes distintas: a arte de imaginar histórias e a técnica para transcrevê-las.

A arte é o conteúdo, a essência, a alma de seu livro. Não falaremos sobre como “melhorar sua arte” aqui, até porque acreditamos que isso é impossível. Quando Kazimir Malevich apresentou seu “Quadrado negro” (um quadro totalmente pintado de preto) em 1915 e Duchamp a sua “Fonte” (um mictório, assinado por ele) em 1927, os últimos limites sobre o que é e o que não é arte foram derrubados.

A técnica que permite o escritor transmitir sua arte aos leitores, por outro lado, pode ser melhorada e deve este é um objetivo que deve ser constante em toda a vida do autor.

A arte é o conteúdo, a técnica é a forma.

Voltando aos exemplos de Paulo Coelho e Saramago, percebemos rapidamente que é difícil estabelecer o que seria uma forma “correta” de se escrever um livro – afinal, ambos são transgressores desta forma!

No entanto, se é impossível definir o que é a “melhor forma” para se escrever um livro, é perfeitamente razoável definir o que é a “forma mais esperada pelas editoras”.

Um livro tecnicamente perfeito com uma boa história tem mais chances de ser publicado por uma editora que um livro que tenha uma boa história, mas cuja forma de apresentação tenha falhas. Mais uma vez, não se trata de alterar ou descaracterizar a arte, mas de burilá-la - afinal, um diamante lapidado vale mais do que um bruto!

Espera-se do autor, especialmente o iniciante, um “conjunto básico” de boas práticas, que abordaremos no correr do livro. Sem isso, a publicação por grandes editoras é bem mais difícil.

Há ainda outras técnicas, que também veremos nos próximos capítulos, que vão além deste conjunto básico; técnicas que tornam seu texto mais dinâmico e mais instigante.

Cabe a cada autor, é claro, estudar estas técnicas e decidir quando usá-las e quando inovar, evitando que seu romance fique demasiadamente “cartesiano”, como se tivesse sido produzido por um programa de gerar romances baseado em boas práticas de escrita. O essencial é que você conheça sua arte, se aprofunde nas técnicas da escrita, pois mesmo que

decida não segui-las, o fará de forma consciente – e este domínio da técnica transparece na qualidade do texto!

Todo autor deve sempre buscar se aperfeiçoar, pois escrever é mais que arte, é mais que ofício: é a soma de ambos.

Sem inspiração, o livro fica sem alma; sem técnica, a alma não aparece no livro – e em qualquer destes casos, ou o livro não representa o autor, ou não agrada o leitor.

ALGUMAS PALAVRAS SOBRE AS OFICINAS LITERÁRIAS

O Brasil viu, nos últimos anos, o crescimento da oferta e do número de pessoas interessadas em participar de oficinas de escrita criativa.

Para entender um pouco deste movimento, precisamos estudar as suas origens, no movimento similar que ocorreu nos Estados Unidos e que ganhou força na segunda metade do século passado.

Estas oficinas, nos Estados Unidos, desembocaram na criação de diversos cursos universitários com aulas práticas de literatura e se tomaram tal vulto que Mark McGurl, no livro *“The Program Era”*, chega a dizer que é impossível compreender a literatura norte-americana do pós-guerra sem conhecer os programas universitários de escrita criativa.

Diversos autores nacionais foram beber desta fonte, como Affonso Romano de Sant’Anna, Raimundo Carrero e Charles Kiefer, que estudaram na universidade de Iowa e se tornaram destacados escritores e renomados divulgadores da arte da escrita.

Raimundo Carrero conduz oficinas de escrita criativa de altíssima qualidade em Pernambuco e reuniu as experiências de 15 anos de oficinas no livro *“Os segredos da Ficção”*, publicado em 2005 pela editora Agir.

Charles Keifer apresenta oficinas semelhantes há vinte anos no Rio Grande do Sul e além de uma vasta bibliografia traduziu para o português alguns livros sobre técnicas de escrita, como *“Como aprendi a escrever”* de Máximo Gorki e *“Assim se escreve um conto”*, de Mempo Giardinelli e outros.

Affonso Romano de Sant’Anna, já nos anos 70, uniu-se a Silviano Santiago e realizou as primeiras oficinas dentro de universidades brasileiras (no caso, a PUC-RJ), lançando livros como *“Por um novo conceito de literatura brasileira”* e *“O que aprendemos até agora”*, relatando suas experiências nos cursos de letras.

Depois destes pioneiros, muitos outros escritores abriram caminho e estabeleceram oficinas que já se tornaram referência de qualidade, em diversos estados.

É o caso, por exemplo, de Marcelino Freire, que apresenta oficinas

(sempre lotadas) na Casa das Rosas e no espaço Barco, em São Paulo; das mais de cem oficinas realizadas pela Fábrica de Textos da escritora Sônia Belloto (autora de “Você já pensou em escrever um livro”, com múltiplas edições); do “Laboratório do Escritor”, que acontece na Realejo Livros, em Santos; das oficinas oferecidas pela Casa do Saber; das oficinas de produção de texto de Luiz Antonio de Assis Brasil e Luís Augusto Fischer no Rio Grande do Sul; dos Workshops de Escrita de Ficção realizados por Oswaldo Pullen e pelo autor deste livro em Brasília e muitas outras.

Os exemplos das oficinas são muitos – com certeza esqueci de mencionar diversas deles. Os títulos como se apresentam também são diversos, das “Cursos de produção de textos” às “Oficinas de escrita criativa”.

Os métodos e materiais de ensino são igualmente variados e normalmente são baseados nas experiências dos facilitadores que apresentam a oficina.

No entanto, o objetivo destas oficinas é um só: mostrar que escrever não é (apenas) um dom, mostrar que existem técnicas que ajudam a vencer o medo de escrever, organizar seu texto e produzir trabalhos de melhor qualidade. Além disso, a troca de experiências nestas oficinas ajuda a estimular tanto a imaginação quanto o lado crítico dos participantes, dando a eles instrumentos para melhor entender os trabalhos de outros escritores e, com isso, também aprimorarem os seus.

Recomendo fortemente a todos os leitores realmente interessados em escrever um romance que participem de oficinas literárias, sempre que possível. A cada oficina aprendemos mais um pouco e aprendemos que o que faz um bom escritor é a soma de tudo que ele aprendeu com a sua capacidade de transpor isso para sua obra.

E quando falamos “tudo o que ele aprendeu”, é exatamente isso que queremos dizer: todo livro que você leu na vida, toda conversa que você teve, toda palestra ou pôr do sol que assistiu vai contribuir de alguma forma para melhorar sua escrita. As oficinas são apenas uma forma mais eficiente de fazer isso.

No próximo capítulo iniciaremos a jornada da produção de um romance, que como todas as jornadas inicia com o desejo de caminhar, antes do primeiro passo.

ESCOLHENDO A IDEIA

**SOBRE COMO PROFISSIONAIS SABEM QUE NÃO BASTA
UMA IDEIA INSPIRADA PARA ESCREVER UM LIVRO, É
NECESSÁRIO UMA IDEIA INSPIRADORA - E COMO SABER
A DIFERENÇA.**

As ideias são assim: algumas ficam zumbindo em volta de sua cabeça, como mosquitos no meio da noite e só lhe deixam dormir quando você as registra no papel.

Outras lhe agarram pelo pescoço e lhe atiram na parede, jogando uma caneta em suas mãos (ou, quem sabe, um laptop) e gritam: Escreva-me!

Há ainda aquele tipo tímido, que só deixa uma pequena cauda de fora do subconsciente, quase despercebida, mas suficiente para gerar a curiosidade para que você a segure por aquela ponta e comece a puxar, até descobrir que tipo de animal é aquele.

Independente da forma como as ideias chegam a você, duas coisas são essenciais: estar sempre pronto para registrá-las e saber avaliar se elas se prestam a uma boa história.

Cabe aqui, antes de mais nada, deixar claro o que é uma ideia. Ideia, ou mote, é o conceito básico por trás da história, é o motor que o levará a criar uma trama que envolverá os leitores por dezenas, centenas de páginas. Ela pode ser apenas uma frase, uma pergunta que instigará o autor (e o leitor) a desvendá-la, ou pode ser uma explicação um pouco mais detalhada, mas raramente a descrição da ideia passará de meia página.

Exemplos?

Vamos expressar o mote de alguns livros,

na forma de perguntas.

“E se um homem, massacrado pela desumanização da nascente revolução industrial, se transformasse em uma barata?” • *A Metamorfose*, de Franz Kafka

“E se Jesus Cristo houvesse deixado descendentes e existissem duas sociedades secretas que soubessem deste segredo: uma voltada à proteção destes descendentes e outra dedicada a acabar com eles?” • *O Código da Vinci*, de Dan Brown

“Como seria a vida de uma menina apaixonada pela leitura, na Alemanha da Segunda Grande Guerra, em um ambiente onde para conseguir um livro é necessário viver uma aventura?” • *A Menina que Roubava Livros*, de Markus Zusak

“E se, após uma desgraça que destruísse praticamente todo o ecossistema terrestre, um pai buscasse sobreviver e passar valores a seu filho, em um mundo onde eles não mais parecem ter significado?” • *A Estrada*, de Cormac McCarthy

“E se todos ficassem cegos aos poucos, exceto a mulher de um dos primeiros afetados?” ou “E se a morte resolvesse tirar férias em determinado país?” • *Ensaio sobre a Cegueira* e *As Intermittências da Morte*, de José Saramago

Veja bem que a ideia não é um resumo da história, é antes algo a ser pesquisado, algo que pode se tornar uma história, ou ser descartado depois. É apenas uma visão, uma possibilidade a ser explorada.

Apesar disso, ideias são pontos de partida que devem ser procurados e guardados com cuidado, pois é a partir delas que a história vai nascer.

Como forma de registrar as ideias, uma boa prática é ter sempre a mão um pequeno bloco e uma caneta. Canetas portáteis que cabem dentro da carteira, sem fazer muito volume, são ideais para isso. Carregue este material sempre, pois nunca se sabe quando uma boa ideia vai aparecer – já tive excelentes ideias quando estava esperando em filas de aeroportos ou ao caminhar por um parque!

Outra dica é você acostumar a escrever seus sonhos logo ao despertar. Com isso, cada vez mais treinamos nossa mente a reter as lembranças da noite que, pela minha experiência, são excelentes fontes de ideias criativas. A maior parte das histórias de meu primeiro livro, “A Caixa de Pandora”, tiveram sua origem em sonhos.

Experiência pessoal: *O Nome da Águia* é um livro que começou com uma ideia bastante simples: “E se todos os maiores ditadores da história, de um lado e os grandes homens que se destacaram por suas vidas misericordiosas, de outro, estivessem de alguma forma conectados?”

Um detalhe importante é que, neste caso, é essencial escrever as lembranças *exatamente* no momento em que você acorda, pois elas rapidamente se desvanecem – característica de memória onírica, esta de sumir após algumas piscadas de olhos.

Mas como avaliar se uma ideia vai ter “apelo”, se será interessante para os leitores? Como fazer para selecionar boas ideias para a produção de um romance?

Não há regras objetivas para isso. Em minhas conversas com outros escritores costumo dizer que o escritor deve escrever para si, não para os outros. Se a ideia lhe parece boa, com certeza outros também acharão isso. E se você se apaixonou pela ideia, pode ter certeza de que esta paixão irá transparecer em suas palavras e o livro despertará o interesse de seus leitores!

No entanto, se o escritor possui diversas ideias e está com dificuldades de selecionar uma delas, seguem duas perguntas que podem ajudar neste filtro:

O que torna esta ideia única?

e

Por que vale a pena contá-la? Qual impacto que causará no leitor?

As ideias não precisam ser originais, mas a sua abordagem sobre o tema sim. Você quer escrever um livro sobre um homem que se transforma em uma barata? Bom, se Kafka já fez isso, você poderia contar a história do ponto de vista das baratas e conseguir um resultado totalmente diferente. Quer escrever sobre vampiros? Sobre conspirações internacionais ou sociedades secretas? Certo, tudo bem, mas se a ideia não é única, *por que* vale a pena contá-la?

O importante, neste momento, é descartar as ideias óbvias e repetitivas, descartar os jargões, porque se a história não trará nada de novo, não merece ser contada. É essencial que sua história tenha pelo menos um ponto de vista novo, algo que a destaque das semelhantes que o leitor irá encontrar nas prateleiras das livrarias de tijolo e virtuais.

Para tornar mais claro o que seria este “olhar único sobre um tema batido, vejamos um exemplo ou dois sobre vampiros, um “tema da moda”. Neste caso, poderíamos criar um livro onde o foco da trama não seria nos vampiros, mas no drama de uma família dividida após um deles se tornar um vampiro. Ou, quem sabe, focar no lado histórico e social, mostrando um vampiro que é aceito socialmente e trabalha como professor de história, mas que sofre discriminação por ser vampiro.

Nestes casos, o fato dos protagonistas serem vampiros seria mero detalhe. O mote da primeira história poderia ser “Como seria a vida e os sentimentos de uma família, caso um deles precisasse dormir durante todo o dia e tivesse uma dieta pouco usual?”; e o da segunda, “Como seria a vida de uma pessoa muito velha e sábia, mas que sofresse discriminação por conta de uma condição única de saúde?”.

Por estes exemplos podemos ver que a ideia, no fundo, está relacionada com o que você quer passar para os leitores, o que eles devem sentir e pensar ao fechar o livro.

Huckleberry Finn, de Mark Twain, não é um livro sobre um menino e

um escravo fugido que descem (ou melhor, sobem – eles seguem na direção errada do Mississipi...) um rio numa balsa. É um livro sobre o valor da amizade.

“Moby Dick”, de Herman Melville, não é um livro sobre um homem que caça uma baleia. É um livro sobre como a obsessão de um homem pode levá-lo a uma jornada sem fim, onde o leitor é levado a questionar as raízes do bem e do mal, suas crenças pessoais e mesmo o papel que os deuses reservam para os homens na Terra.

Sobre o que será seu próximo livro? Ele é único? Quando perguntarem para os leitores o que eles sentiram ou aprenderam com o livro, o que eles dirão?

Estas perguntas são mais complexas do que aparentam ser à primeira vista. Se você ainda não tem resposta para elas, não desanime, isto é normal. Passe à etapa da gestação da ideia, que estes e outros pontos ficarão cada vez mais claros.

ERROS COMUNS NA FASE DE ESCOLHER IDEIAS

Os erros mais comuns do escritor na fase de escolher ideias são:

Ficar nesta fase para sempre: Se você tem uma ideia que está “pedindo para ser escrita”, uma ideia que não lhe sai da cabeça, comece logo a escrevê-la! Por outro lado, não fique esperando a “ideia perfeita” para sempre – lembre-se que a ideia é apenas o primeiro passo para um bom livro! Neste livro apresentamos sugestões sobre como organizar seu processo de escrita e como tornar seus textos mais interessantes para os leitores e editoras; mas nada substitui a experiência. Escreva muito, erre e conserte sem medo de ir em frente, descubra seus próprios caminhos, isto é que o tornará um grande escritor!

Não confiar em suas ideias: Se você acha que uma ideia é boa, não precisa pedir opiniões de amigos, escritores ou leitores críticos. É comum recebermos mensagens de escritores iniciantes que querem discutir suas ideias para saber se são “boas o suficiente para escrever um livro”. A resposta é só uma: toda ideia pode se tornar um bom livro, depende de como você irá transformá-la em uma história. Escreva!

Confiar mais nos outros do que em si: Se você gostou de uma ideia mas ao comentar com outras pessoas elas não gostaram, não se abale! É impossível agradar a todos e para escrever um bom livro, antes de tudo você precisa agradar a si mesmo!

Esquecer que escrever livros não é um processo sequencial: Enquanto você escreve um livro, pode estar registrando ideias para um segundo livro e pesquisando detalhes para um terceiro. Embora escrever um livro tome muito de sua atenção, não desperdice uma boa ideia. E lembre-se que, salvo raríssimas exceções, ninguém faz sucesso com o primeiro livro, para conquistar um público maior é necessário um conjunto de obras de qualidade. Assim, estar sempre pensando nos próximos trabalhos é parte da vida de todo escritor.

Procurar uma ideia “da moda”: Não é porque livros sobre vampiros, anos ou animais de estimação estão na moda que você precisa escrever sobre estes assuntos! Escreva sobre o que realmente o interessa, ou você

corre o risco de seu texto soar falso ou pouco inspirado!

EXERCÍCIO – SELECIONANDO IDEIAS PARA SEU PRÓXIMO LIVRO

Separe uma caneta e uma folha de papel e os coloque dentro de na carteira. Durante uma semana, preste atenção nas pessoas, notícias, filmes e acontecimentos à sua volta e anote pelo menos uma ideia por dia de algo que você gostaria de desenvolver em um livro.

Este exercício visa, mais do que conseguir uma ideia para seu próximo trabalho, treinar seu olhar na observação do que ocorre à sua volta; então mesmo que você já tenha uma ideia definida para o que deseja escrever, experimente este exercício. Com certeza você irá se surpreender com a mudança em sua capacidade de observar o mundo à sua volta.

No próximo capítulo você vai descobrir como ampliar sua ideia, buscando informações relacionadas, até que se tenha material suficiente para iniciar a produção do livro.

GESTAÇÃO

SOBRE O PAPEL DA PESQUISA E DAS ANOTAÇÕES SOBRE TEMAS CORRELACIONADOS PARA EXPLORAR AS POTENCIALIDADES DE UMA BOA IDEIA.

Muito bem, das dezenas de ideias listadas em nosso bloco de anotações, ou mesmo mentalmente, selecionamos algumas que nos parecem mais promissoras para desenvolverem-se como romances.

Falamos “ideias”, no plural, pois poucos escritores que conheço trabalham com uma ideia de cada vez. Normalmente, o escritor elabora diversas ideias em paralelo, de forma que enquanto um livro está sendo produzido, outras ideias vão sendo lentamente elaboradas e referências interessantes vão sendo coletadas para os próximos.

Obviamente, o usual é que nos encantemos com uma destas ideias, concentrando esforços em desenvolvê-la na etapa a seguir, a “gestação”. Se você se encantou com duas ou três ideias ao mesmo tempo, escolha uma delas, pois as etapas a seguir demandam sua atenção completa, e escrever dois livros ao mesmo tempo faz com que os resultados demorem a aparecer e, com isso, seja mais difícil continuar estimulado com o trabalho.

Batizamos de “gestação” o momento em que os detalhes do livro ainda estão indefinidos e você começa a trabalhar na ideia com o intuito de reunir os elementos mínimos que irão validar se a ideia tem fôlego suficiente para um romance.

Particularmente, eu sugiro que nada, ou muito pouco, seja escrito até este momento. Se você começar a escrever, corre o risco de “cristalizar” sua ideia, diminuindo a sua flexibilidade em incorporar novos elementos na trama.

Ao invés de escrever como você escreveria, pensando na sequência de fatos da história, simplesmente anote ideias, referências, crie gráficos ou

desenhos que o ajudem a organizar a ideia e os elementos que, aos poucos, vão se unindo à trama, sem nenhuma preocupação em pensar como cada uma destas partes irá contribuir para a história.

Alguns autores usam fichas – pequenos quadrados de cartolina, vendidos em papelarias – para registrar estes fragmentos, de forma a mais facilmente espalhá-los sobre uma mesa e buscar relacionamentos, criando novas fichas para preencher buracos e para cada nova ideia que surge desta análise. Há também programas de computador que permitem registrar estas ideias, desde editores de texto até programas específicos para criação literária, como o YWriter ou o Scrivener.

Qualquer que seja sua abordagem para esta etapa, resista à tentação de começar a escrever antes que você saiba exatamente como a história começa, quais serão os principais pontos da trama e como ela terminará.

Não que a história forçosamente precise passar por estes pontos ou terminar desta forma, até porque as histórias têm este péssimo hábito de adquirir vida e fugir ao controle do autor...

Dwight D. Eisenhower, famoso general americano, disse certa vez que “nenhuma batalha foi vencida conforme o planejado, mas nenhuma batalha foi vencida sem um plano”.

Sabemos que os planos não resistem à realidade, mas se você não tem um rumo para guiar sua história, ela corre o risco de ficar andando em círculos, com divagações que não adicionam valor ao conteúdo do livro – um pecado capital para qualquer escritor!

Neste momento de gestação, o escritor deve acordar com a ideia, dormir com a ideia e pensar nela quantas vezes for possível por dia; e deve adicionar detalhes cada vez que repassar a ideia em sua mente.

Comece a pensar em possíveis personagens que podem ser desenvolvidos, em como a história pode ser narrada, em que local e tempo ela pode acontecer.

Um ponto que ajuda bastante, neste momento, é o que chamamos de “leitura exploratória”, que são direcionadas para o tema, a época ou o local de seu futuro romance.

Experiência pessoal: Por exemplo, quando me preparava para escrever “O Nome da Água”, um dos muitos livros que li foi “Albert Speer: Sua Luta com a Verdade”, de

Gitta Sereny. Das 1005 páginas do livro, gerei três páginas de anotações aleatórias, que iam desde expressões idiomáticas utilizadas na Alemanha na Segunda Grande Guerra, até detalhes como a música preferida de Hitler, além de rascunhos de um mapa do bunker do Fuhrer e sua posição na praça central de Berlim. Entre sete e dez destas anotações acabaram efetivamente aparecendo nos três capítulos do livro que se passam nesta época. Apesar de este parecer um aproveitamento baixo, o importante é que a leitura deste livro ajudou a formar uma ideia bem mais precisa do que poderia (e do que não poderia...) ser dito sobre aquele período, ajudando a ideia a dar mais um passo em direção a uma história coerente.

Neste momento de leitura exploratória, é importante registrar as informações que efetivamente possam ser significativas para o livro, para que não precisemos retornar à bibliografia em busca de algum detalhe. É importante lembrar que estamos escrevendo um romance e não um livro de História, portanto temos a liberdade de escolher, dentre as diversas versões sobre um fato histórico, aquela que melhor atende à narrativa que pretendemos criar.

Para a ideia central de “O Código da Vinci”, por exemplo, Dan Brown se baseou em um fragmento de evangelho apócrifo que diz que Jesus “tinha um relacionamento” com Maria de Madalena. Ora, do original em hebraico, a palavra “tinha um relacionamento” pode ser traduzida como ser amigo, esposo, irmão ou qualquer outro tipo de relacionamento – o autor apenas escolheu a versão mais polêmica e mais adequada à sua história!

Os livros de David Gibbins, para citar outro exemplo de autor de sucesso, são fartos em referências tecnológicas, desde veículos até armas, além de muitas menções a recentes pesquisas arqueológicas. Já Michael Crichton é famoso pela qualidade e profusão de suas referências históricas e geográficas, enquanto Dan Brown une referências detalhadas de cidades com pesquisas de textos apócrifos e de historiadores pouco conhecidos, além de estudos de história da arte e outros.

Experiência pessoal: em “O Nome da Águia”, as pesquisas variaram desde a história antiga do povo hebreu e suas crenças antes mesmo de serem

monoteístas, passando por diversos momentos históricos e concluindo nos tempos atuais, além da abundante pesquisa geográfica e sócio-cultural das regiões e povos envolvidos. O mote da história é explicar a ‘verdade’ sobre o conteúdo do pergaminho intitulado “A guerra dos filhos da Luz contra os filhos das Trevas”, um dos manuscritos descobertos no Mar Morto em 1947. Os autores deste manuscrito, uma seita judaica chamada pelo povo da região de “Essênios” (“Santos”) e que se auto-proclamava como “filhos da Luz”, descreve os Kittim, os “Filhos das Trevas”, como “inimigos terríveis”, que “fazem mulheres e crianças chorarem e se esconderem à mera menção de seu nome” e “que tem como símbolo a águia”. Historiadores divergem sobre se os Kittim seriam os romanos, outra seita religiosa, um outro ramo do povo hebraico ou simplesmente uma alegoria – no livro, escolhi a versão que mais se adequava à trama!

Embora estas pesquisas possam não parecer necessárias dependendo do tipo de história a ser criada, são “diferenciais de qualidade” que destacam os romances de outros menos conhecidos; além de serem as responsáveis por dar a credibilidade e a consistência necessárias para confundir, na mente do leitor, fatos com ficções. Esta abordagem de basear histórias fictícias em fatos reais amplifica o impacto da obra e a aumenta a imersão do leitor.

Um detalhe que vale à pena destacar é que versões polêmicas de fatos históricos, usualmente defendidas por uma minoria de estudiosos, garantem a base factual verdadeira e um impacto máximo, uma vez que usualmente vão contra crenças ou conceitos já estabelecidos.

Vale ainda lembrar que nem todo romance precisa ter base em fatos reais, sejam eles históricos, geográficos ou outros. No entanto, mesmo seu romance que se passe em uma galáxia distante, ele precisa ter personagens e situações com os quais os leitores possam se identificar, pelo que a pesquisa sempre será útil, nem que seja para ser utilizada para criar analogias durante a produção obra.

Uma dica interessante nesta etapa de gestação da obra é contar sua ideia para amigos, grupos de leitura ou colegas escritores. Como você perceberá, cada vez que você precisa verbalizar a ideia novos detalhes são adicionados naturalmente, de forma a tornar a ideia mais compreensível para

quem está escutando, e o resultado é que sua história vai aos poucos ganhando forma. Não se acanhe de explicitar quais pontos ainda não estão definidos (“acho que seria interessante ter algum elemento que ajudasse a ressaltar o lado humano do antagonista...”), e esteja aberto a sugestões e ideias dos ouvintes.

Lembre-se que você ainda não está contando sua história, mas apenas comentando elementos que você acha que podem fazer parte dela, sem um roteiro definido, embora os primeiros elementos da trama naturalmente comecem a aparecer

Além do benefício óbvio de fazer a história, lentamente, ir tomando forma, este exercício ajuda a perceber quais os pontos fortes e fracos na trama que está nascendo, pois embora não seja regra, algo que soa tolo quando falado muitas vezes também soa tolo quando escrito.

Uma terceira ferramenta para ajudar a desenvolver e agregar valor à sua ideia é realizar entrevistas ou conversas com pessoas que tenham mais conhecimento que você sobre o assunto.

Sua história se passa na Itália? Converse com italianos, ou se não for possível, com pessoas que estiveram na Itália. Pergunte como são as ruas, as pessoas, as casas... O que impressionou aquele seu amigo que esteve em Veneza? Como as pessoas se deslocam nesta cidade, se as ruas são alagadas?

Sua história envolve um personagem muçulmano? Então busque se informar como é o dia a dia das pessoas que seguem esta religião, quais são suas obrigações religiosas, se há algum equivalente ao crucifixo cristão que eles usam nas paredes de sua casa...

Anote os detalhes, pois são justamente estas pequenas coisas que dão verossimilhança à sua história, que fazem o leitor imergir na história e acreditar que ela é verdadeira!

Lembre-se, também, que as universidades normalmente são lugares bastante abertos a pesquisadores. Se seu romance se passará em determinado período da história brasileira, uma conversa com professores de um curso de História poderá poupá-lo de dias de pesquisa na direção errada, posteriormente. Se há um personagem músico, uma conversa com professores do departamento de Música ajudará grandemente a compor o personagem; seja pelo conteúdo das conversas, seja pela observação destes professores!

O mais importante a lembrar desta fase de gestação é que, após registrar suas ideias, você não pode deixá-las morrer. Trabalhe mentalmente com elas, pense em diferentes abordagens, imagine detalhes. Em algum ponto, você perceberá que a história já tem consistência suficiente para ser escrita.

Neste momento, você estará pronto para começar a escrever. Mas não vá com tanta sede ao pote: antes de registrar a primeira palavra, é necessário saber qual a forma de escrever um livro melhor se adapta ao seu estilo.

O que é justamente o que veremos no próximo capítulo.

ERROS COMUNS NA FASE DE GESTAÇÃO

Os erros mais comuns do escritor na fase de gestação são:

Ficar nesta fase para sempre: Trabalhe sua ideia apenas o suficiente para que você saiba o “pano de fundo” e alguns dos acontecimentos principais da história. Não espere ter a história completamente escrita na cabeça antes de escrever!

Aprofundar-se demais em pesquisa: Você não precisa saber detalhes sobre a dieta nas senzalas do Brasil colônia ou quais os animais selvagens que vivem nas montanhas Rochosas para embasar seu livro! Na fase de gestação, pesquise somente o que for essencial para compor o ambiente onde acontecerá a história, pois quando for escrever os capítulos haverá tempo para pesquisar apenas os detalhes que forem relevantes!

Pular esta fase: Se você está escrevendo sobre um assunto que já conhece, provavelmente esta fase será bastante curta, talvez poucas semanas. Mas se não for o caso, resista à tentação de começar a escrever sobre algo que você não entende! Nem todo livro precisa de um forte embasamento histórico ou geográfico, mas se você vai escrever sobre Ouro Preto sem nunca ter estado lá, corre o risco de não falar (ou pior, falar errado!) sobre coisas que saltam aos olhos de quem conhece a cidade, como o excesso de ladeiras e o calçamento de pedras nas ruas do centro histórico. Além disso, esta fase é necessária para que a ideia se desenvolva em sua mente, facilitando em muito seu trabalho nas fases seguintes.

EXERCÍCIO – PESQUISANDO PARA AMADURECER SUA IDEIA

Escolha uma das ideias que você anotou no exercício do capítulo anterior e anote pelos menos três tópicos relacionados ao ‘pano de fundo’ de sua história, e na sequência realize pesquisas sobre estes tópicos, anotando detalhes que podem ser significativos para sua futura história.

Incluem-se nestas informações que aparecem como ‘pano de fundo’: detalhes sobre a época em que a história acontece; detalhes sobre o local onde ela se passa; detalhes sobre as possíveis profissões de personagens que se envolverão na história, ou qualquer outra informação que não irá necessariamente fazer parte da trama, mas que poderá ajudar a dar credibilidade a ela.

Uma vez que esta fase de pesquisa se encerre, você terá bastante subsídios para decidir quais aspectos a serem explorados em sua história e que detalhes irão ajudar a criar personagens mais críveis dentro do contexto das tramas a serem produzidas. É hora de começar a se organizar para escrever.

No próximo capítulo mostraremos sobre como diversos escritores se organizam para escrever, para ajudar você a avaliar e aperfeiçoar seu estilo de criação.

PARADIGMAS DE CRIAÇÃO

SOBRE COMO NÃO HÁ UMA FORMA “MELHOR” OU “CERTA” PARA PRODUZIR UM ROMANCE, COM UMA VISÃO GERAL SOBRE ALGUNS POSSÍVEIS PROCESSOS, SUAS VANTAGENS E DESVANTAGENS

Pergunte a dez escritores como é seu processo de criação, e você irá ouvir dez respostas diferentes.

O fato é que não há “forma certa” de escrever, nem mesmo uma “melhor forma” de escrever – mas há, com certeza, a “melhor forma *para você*”.

Como um livro pode ser desenvolvido de inúmeras maneiras diferentes, todo aquele que deseja aperfeiçoar sua atuação como escritor deve se esforçar para explorar técnicas de apoio ao seu trabalho, pois só assim conseguirá tirar o melhor de si quando escrevendo.

Neste capítulo chamamos de “paradigmas de criação” o processo geral de criação, da ideia à versão final do livro. Como forma de ajudá-lo a explorar diferentes caminhos e descobrir qual a sua forma ideal de trabalho, vamos apresentar diferentes processos que representam bem a variedade de paradigmas de criação.

Antes de conhecer estes paradigmas, no entanto, é importante que entendamos o que eles têm em comum, quais são os pontos que, independente da forma como você escreva, não vai conseguir evitar – a menos que queira comprometer a qualidade de seu trabalho.

Na figura abaixo representamos em alto nível estes pontos em

comum.



Vejamos cada um destes passos com um pouco mais de detalhe:

Ideia inicial – como já falamos, tudo começa com uma ideia que vale a pena ser contada.

Gestação – o período natural de amadurecimento da ideia, que deve ser regado com muita conversa e pesquisas e que pode ser rápida ou tomar semanas ou até meses, dependendo da complexidade e profundidade dos temas que você deseje abordar em sua obra.

Definir premissa – Teremos um capítulo dedicado a esta importante ferramenta. Resumidamente, podemos dizer que a premissa é a “pergunta que vale uma história”, a questão que será respondida ao fim da obra e que instigará o leitor; pelo que sem este passo sua obra corre o risco de perder o foco e ficar à deriva. Esta importante ferramenta será vista em um capítulo dedicado exclusivamente a ela.

Detalhar personagens – Também dedicaremos um capítulo ao processo de detalhamento de seus personagens, com importantes dicas sobre como torná-los mais vívidos e interessantes ao leitor. Dependendo do

paradigma de criação utilizado, este detalhamento pode acontecer mais cedo ou mais tarde, e ser mais ou menos aprofundado; mas de qualquer forma ele é essencial para garantir a qualidade de seu original.

Produção da primeira versão – É neste ponto que ocorrem as maiores diferenças de escritor para escritor. Nos tópicos a seguir detalharemos quatro destes paradigmas:

- Sentar e escrever.
- Ir editando enquanto escreve.
- Estruturar e escrever.
- Detalhamento progressivo.

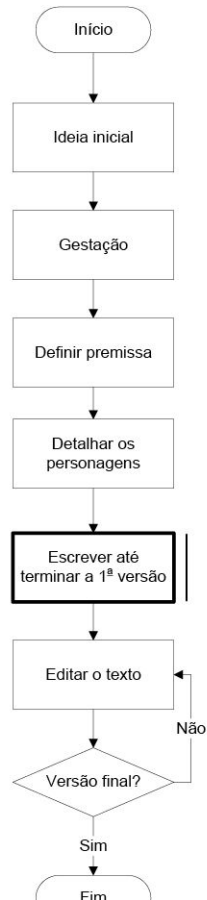
Editar texto – Esta etapa é essencial para qualquer obra. Todo escritor precisa estar ciente que, quando escreve “fim” pela primeira vez em seu original, seu trabalho ainda está longe de ser terminado. O texto precisa ser cortado, ajustado, corrigido, melhorado em diversos aspectos até que esteja pronto para ser encaminhado às editoras ou publicado por conta própria. Teremos, mais adiante no livro, um capítulo integralmente dedicado a esta etapa de edição.

Versão final? – Em algum momento, você terá em mãos uma versão que poderá chamar de final, que realmente representa o que você internamente quis dizer com aquele livro. No entanto, o trabalho não termina aí – nos capítulos finais do livro, daremos dicas para ajudá-lo a decidir se é melhor procurar uma editora ou partir para a auto-publicação, quais as vantagens da publicação em papel e quais as vantagens da publicação virtual, e como divulgar seu livro uma vez que ele esteja pronto para ser vendido.

Nos tópicos a seguir vamos detalhar quatro dos mais comuns paradigmas de criação.

SENTAR E ESCREVER

Muitos escritores, quando perguntados sobre seu processo de trabalho, dizem que não tem processo, apenas sentam e escrevem.



Ora, “não ter processo” para escrever também é um processo! Muitos autores reconhecidos em sua área de atuação seguem este método, que pode ser representado pelo gráfico ao lado, onde destacamos o que há de diferente em relação ao processo geral visto no tópico anterior.

Neste gráfico, podemos ver que apesar do centro do processo de criação ser “escrever até terminar a primeira versão”, os autores que seguem este método não iniciam seu trabalho sem terem uma boa noção sobre o que a história contará (a premissa) e sobre quais são os personagens envolvidos na história.

Um exemplo de autor de sucesso que utiliza este método é Stephen King, provavelmente o mais reconhecido escritor de livros de terror e suspense do mundo, que tem mais de cem trabalhos publicados, entre livros (muitos deles transformados em filmes) e roteiros para cinema, teatro e quadrinhos, e que já vendeu mais de 350 milhões de cópias de seus livros.

Em seu livro “Sobre Escrever”, Stephen King compara o ato de criação de um romance com o ato de desenterrar um fóssil: você começa vendo apenas uma pontinha da história, e precisa ir desenterrando-a aos poucos, descobrindo como suas partes se ligam à medida em que a história evolui. Segundo o autor, quando você tenta se organizar e planejar de alguma forma o que ocorrerá no resto da história, é como se você usasse um trator para desenterrar um fóssil: o resultado será um monte de ossos quebrados, que nunca ficará tão bom quanto o fóssil que foi desenterrado com cuidado.

Obviamente, como todos os paradigmas, este paradigma também tem problemas: Se por um lado a história fica mais “orgânica”, mais natural, por outro ela pode seguir por rumos não esperados e “perder o foco”, tornando-se desinteressante para o leitor em alguns pontos.

Outro problema desta abordagem é a quantidade de cortes que são necessários da primeira para a segunda versão, quando o autor vai precisar exercitar seu desapego à obra e cortar tudo o que não está agregando valor. Apenas como um exemplo, a primeira edição de “*The Stand*” (traduzido no Brasil como “A Dança da Morte”) de Stephen King teve 823 páginas; sendo que a versão “completa e sem cortes”, lançada 22 anos depois pelo autor, tinha 1.152 páginas – ou seja, quase 30% do livro foi cortado desde a primeira versão até aquela que foi publicada inicialmente.

Para facilitar estes cortes, a dica do autor é deixar a primeira versão guardada por diversas semanas, até que você comece a esquecê-la ou que esteja engajado em outro trabalho, assim é mais fácil ter um olhar crítico sobre a obra e cortar os excessos mais facilmente.

Um exemplo nacional de autor de sucesso que segue esta abordagem é o André Vianco, também famoso por seus livros de terror e fantasia. Ao escrever “O Vampiro-Rei”, a sequência de seu livro “Bento”, o autor planejava escrever apenas um livro, mas a história seguiu por rumos imprevistos e acabou rendendo dois livros, que se tornaram “A bruxa Tereza - Vampiro-rei 1” e “Cantarzo - Vampiro-rei 2”.

A essência deste método de trabalho é escrever sempre, escrever o

mais rápido possível para chegar até o final da história, sem olhar para o que já foi escrito sem se preocupar com inspiração. O importante é continuar levando a história adiante, sabendo que as partes pouco inspiradas ou que não forem importantes para o desenrolar da história serão cortadas depois.

Para que este método funcione bem e o escritor não desanime com a evolução muitas vezes lenta do trabalho, é crucial estabelecer uma rotina de trabalho. Apenas como exemplo, Stephen King estabeleceu uma meta de 2.000 palavras por dia, e quando se senta para escrever só se levanta após atingir esta quantidade, não interessa quanto tempo demore para escrevê-las.

Experiência pessoal: Em “Daniel Dante e os nove círculos do Inferno”, romance infanto-juvenil produzido entre 2012 e 2013, como eu só tinha 1 hora por dia para escrever, estabeleci uma meta de 800 palavras por dia; e terminei a primeira versão do livro com a média de 687 palavras por dia – algo entre uma e duas páginas, dependendo da formatação.

Uma alternativa a este método é, ao invés de escrever sem paradas até o final da primeira versão, retornar eventualmente e revisar o que foi escrito, descartando partes da história que seguiram por rumos indesejados.

É o paradigma “ir editando enquanto escreve”, que veremos no tópico a seguir.

IR EDITANDO ENQUANTO ESCRIVE

Fernando Sabino, escritor e jornalista brasileiro que dispensa apresentações, é provavelmente um dos autores brasileiros mais conhecidos que utiliza o paradigma de “ir editando enquanto escreve”.

Segundo o próprio autor, seu processo de escrita envolve pensar nos personagens e situações, e deixar que a trama se desenrole à medida em que escreve.

A maior diferença deste paradigma em relação ao anterior é que, ao invés de levar a trama adiante até o fim e depois buscar oportunidades de cortar trechos que não ficaram bons ou que não levaram a nada, o autor retorna e faz os cortes durante o processo de escrita.

Por exemplo, se em determinado momento uma personagem sofre um aborto natural, e isto leva a todo um desenvolvimento de problemas psicológicos e familiares da trama, e dez, ou cem páginas depois o autor percebe que esta linha de ação atrapalhou o andamento da história ou levou-o em uma direção que ele não desejava, o escritor retorna e apaga toda esta parte, dando à personagem uma gravidez normal até sua conclusão e continuando a história a partir daí.

Isto fica bem claro na declaração de Fernando Sabino, sobre sua obra magna “O Encontro marcado”

“Ao todo, levei dois anos para terminá-lo. Tive de reescrever tudo três vezes. Enveredei por vários atalhos sem saída, escrevi 1300 páginas para aproveitar só 320”.

O processo de trabalho que resume este paradigma é esquematizado no gráfico na página anterior. Obviamente, o passo “escrever um capítulo” não deve ser tomado ao pé da letra, a ideia aqui é que o escritor está continuamente revisando seu texto, em especial em momentos em que determinada sequência de ações é concluída.



Outro autor de muito sucesso que utiliza este método é de Dean Koontz, que já teve mais de dez de seus livros encabeçando a lista dos livros mais vendidos do New York Times com mais de 10 de seus romances. Seus livros já foram publicados em 38 idiomas, sendo que mais de vinte deles já foram publicados no Brasil, e já foram realizados 15 filmes (até 2012) baseados em seus livros. O autor resume seu método de trabalho em uma frase bastante clara:

“Eu não escrevo um rascunho rápido e depois reviso, eu trabalho lentamente, página por página, revisando e polindo”

O grande problema desta abordagem é o risco de acontecer a assim chamada “paralisia da revisão”: o autor ficar revisando o texto continuamente, e a história não evolui. Em termos de motivação isso é muito ruim, porque não vendo seu trabalho evoluir o escritor pode desanimar e acabar por deixar o trabalho de lado.

Por outro lado, se no método anterior o autor chega mais rápido ao final, em compensação neste método a qualidade da primeira versão é bem melhor, e normalmente não há cortes de grandes trechos de texto.

Outro método de trabalho bastante comum é do detalhamento progressivo, onde o autor vai aumentando os detalhes de seu texto em passos sucessivos, até terminar a primeira versão, conforme veremos na seção seguinte.

DETALHAMENTO PROGRESSIVO

Robert Ludlum, autor americano que escreveu 27 romances de ação (conhecidos nos Estados Unidos como “thrillers”) e teve suas obras publicadas em 40 países e traduzidas para 33 línguas, é um dos autores de sucesso que utilizam o método do detalhamento progressivo.

A respeito de seu processo de criação, Ludlum reforçava a importância da premissa e dos personagens no desenrolar da trama:

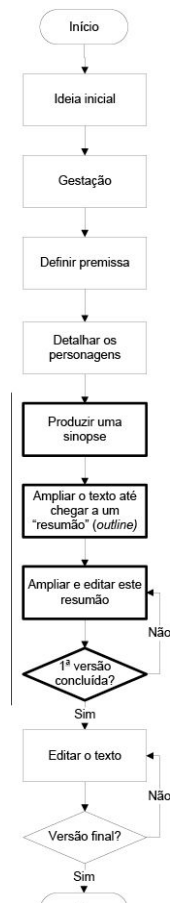
“A premissa é a coluna cervical de uma história incrível, mas ela começa realmente a adquirir substância quando os personagens emergem com rostos e corpos, personalidades e conflitos”.

Este método de trabalho utiliza as ferramentas comuns aos demais métodos, como a premissa e a definição inicial dos personagens, até se chegar à sinopse do trabalho, uma visão geral de tudo o que ocorre na história em cerca de cinco páginas.

A partir deste ponto, o autor que utiliza este método escreve um “resumão” do livro, conhecido em inglês como “*outline*”, que dá uma visão geral de todas as principais ações que ocorrerão na história, mas com mínimo de diálogos e de descrições elaboradas.

Com este resumão, que pode ter de um quinto a um terço da obra, o escritor já definiu bastante bem os rumos de sua história e as ações de cada personagem dentro da trama. O trabalho de revisão, neste ponto, visa completar pontos deixados em suspenso, reforçar as partes mais fracas e cortar excessos.

Terminada esta revisão, o autor passa para o passo seguinte: ampliar este resumo, incluindo diálogos, descrições, trabalhando melhor as subtramas e os arcos de desenvolvimento dos personagens (como eles se transformam no correr da história). O resultado é um novo resumão, desta vez mais próximo da versão final do livro.



O processo se repete até que o autor esteja satisfeito com o texto, e não veja oportunidades de aumentá-lo. Neste ponto, começa a etapa de edição, com cortes e revisões até que se produza a versão final.

Este método tem como vantagens manter o autor motivado, uma vez que ele continuamente vê os resultados de seu trabalho, e a produção de uma primeira versão do trabalho bem mais próxima da versão final, sendo necessários menos cortes em comparação com os métodos que vimos anteriormente.

Em compensação, como normalmente os resumos de tamanho crescente são focados na ação que acontece nas diversas tramas que compõe a obra, pode haver pouco espaço para o desenvolvimento psicológico dos personagens e como consequência termos um resultado com personagens planos (sem variação ou profundidade) ou que reagem de maneira aparentemente forçada a determinadas situações.

Obviamente, cabe ao escritor tomar o cuidado de evitar estes problemas, trabalhando com mais profundidade os personagens e não tendo receio de cortar ou alterar trechos da história que não se adéquem ao perfil

dos personagens, quando necessário.

O último método que veremos é o que mais utiliza ferramentas de apoio à escrita, seguindo a linha dos estruturalistas.

ESTRUTURAR E ESCREVER

O marco de início do movimento estruturalista foi o lançamento do livro “Curso de linguística geral”, em 1916, por Ferdinand de Saussure.

De maneira bastante simplificada, podemos dizer que Saussure propunha em seu livro que o conjunto de relações entre os elementos de uma língua define uma estrutura através da qual é possível se analisar e entender esta língua.

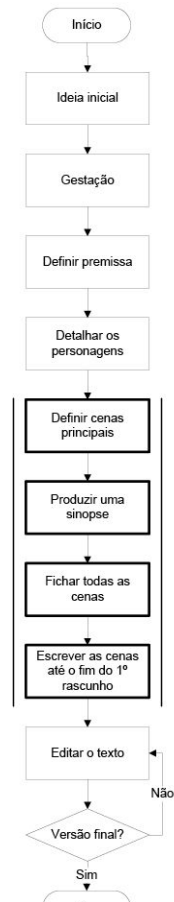
Da linguística, o movimento estruturalista passou a ser uma corrente de pensamento que buscou, em diversas ciências humanas, entender determinada área de conhecimento através do conjunto de relacionamentos entre os componentes desta área.

Na literatura, o estruturalismo surgiu na década de 1960, pouco depois dos primeiros cursos de graduação em *Storytelling* aparecerem nos Estados Unidos e Inglaterra.

Estudiosos deste método buscaram decompor uma obra literária de diversas formas e estabelecer como os diversos componentes se relacionam, derivando daí diversas abordagens estruturalistas para a criação de romances.

O gráfico na página anterior representa uma destas abordagens, que nos traz uma ferramenta de criação essencial para a produção de histórias coerentes, mesmo para quem utiliza o método “sentar e escrever”: a cena.

Neste momento o importante é termos uma visão geral, já que teremos um capítulo inteiro dedicado à construção de cenas. Imagine, portanto, que uma cena em um livro é como uma cena em um filme: você tem um ponto de vista muito bem definido (a câmera), e qualquer mudança de tempo, de lugar ou de ponto de vista implica em uma mudança de cena.



No método “Estruturar e escrever”, após definir sua premissa e detalhar os personagens, o autor irá definir quais as cenas principais de sua história, conhecidas como “pontos de virada” da trama, pois definem as principais mudanças de rumo na história a ser contada.

Com estas cenas definidas, o autor já tem uma boa ideia de como sua história irá se desenrolar, e neste ponto produz uma sinopse de cerca de cinco páginas, dando uma visão geral da história.

Com esta visão pronta, o escritor “ficha” todas as demais cenas. O termo “fichar” vem da época em que estas cenas eram escritas em pequenas fichas de papel-cartão, para facilitar seu manuseio e consulta. Cada ficha contém apenas uma descrição do que a cena apresentará, é um trabalho de organização do autor e não o texto final da cena. O que deve constar em cada ficha será detalhado no capítulo sobre cenas.

Apenas com todas as cenas fichadas é que começa o processo de escrita. O curioso deste método é que as cenas podem ser escritas em qualquer ordem, pois uma vez que a estrutura geral do texto está definida, não é importante a ordem em que ele é escrito.

Experiência pessoal: “O Nome da Águia”, romance de ação produzido entre 2004 e 2008, possui três tramas paralelas. Ao concluir o fichamento das cenas, diversas delas foram trocadas de ordem para garantir que as tramas estavam evoluindo dentro do ritmo adequado e que pontos importantes de cada trama estavam alinhados. Feitos os ajustes na organização das cenas, escrevi todas as cenas da “trama histórica” (que corre de 5.000 a.C. até 1945) primeiro; depois escrevi as últimas cenas das demais tramas (pois estava ansioso para escrever o final do livro), e só então escrevi as cenas das duas tramas que ocorrem no tempo presente.

Dentre os autores de sucesso que utilizam este método está James Patterson, que escreveu 97 romances desde 1976, sendo que 76 destes ficaram entre os mais vendidos da lista do New York Times, o que lhe rendeu um recorde registrado no Guinness Book of Records. Patterson aproveita a flexibilidade do paradigma de criação estruturalista para trabalhar com outros autores mais facilmente, o que lhe rende mais velocidade na produção de seus trabalhos.

Outro autor de muito sucesso que utiliza este método é Dan Brown, que com apenas seis livros escritos já é um dos autores de maior sucesso no mundo, com seus livros traduzidos em mais de cinquenta idiomas. Seu livro mais famoso, “O Código da Vinci”, vendeu mais de 90 milhões de cópias em todo o mundo, e cerca de 10 milhões apenas no Brasil.

Segundo Dan Brown, “o processo de escrever um thriller com ampla pesquisa como base se assemelha ao processo de produzir doce a partir da seiva de carvalho: você fura centenas de árvores, ferve dezenas de panelas com seiva crua, espera evaporar, e mantém fervendo o resultado para promover a destilação que irá gerar uma pepita que encapsula a essência de todas aquelas árvores”.

Em outras palavras, o processo de escrever um livro, na visão deste autor, passa pelo uso de diversas ferramentas e é um processo longo e trabalhoso, mas permite que se consiga produzir um resultado único e coeso a partir das centenas de ideias iniciais em torno do tema.

A grande vantagem deste método, além de manter a motivação (o autor vê seu livro tomando forma rapidamente), é que usando um método

estruturalista é muito difícil sofrer algum tipo de bloqueio de escritor: uma vez que o rumo da história é traçado do geral para o detalhado, o autor vai incrementando os detalhes aos poucos, e pode trabalhar na parte da história que ele esteja mais inspirado para trabalhar naquele momento.

Uma desvantagem deste método é o risco de se criar histórias muito “cartesianas”, onde tudo parece encadeado e planejado, o que as torna distantes da vida real e podem provocar estranheza ao leitor. Outro possível problema é a possibilidade de o autor se concentrar na ação e criar personagens fracos ou pouco verossímeis.

Esta última possibilidade, como veremos quando falando sobre cenas, é minimizada se o escritor utilizar a estrutura de “Ação/Reflexão”, onde cada cena é composta por uma ação externa e uma reação emocional dentro dos personagens. Mas estamos nos adiantando...

Para concluir este capítulo, façamos uma revisão sobre os quatro paradigmas que vimos, com seus principais pontos positivos e negativos.

COMPARANDO OS PARADIGMAS

Para facilitar a comparação entre os paradigmas de que falamos, criamos a tabela a seguir:

Paradigma	Pontos positivos	Pontos Negativos
Sentar e escrever	Resultado mais “orgânico” Maior liberdade para os personagens ao escrever	Etapa de edição penosa (corta muito da primeira versão) Pode sair do controle (se perder em tramas paralelas, personagens pouco importantes tomarem vulto etc)
Ir editando enquanto escreve	Resultado mais “orgânico” Maior liberdade para os personagens ao escrever Correção de rumos que não deram certo mais cedo	Evolução lenta, difícil de manter a motivação
Detalhamento progressivo	Visão geral orienta os trabalhos Versões sucessivas orientam o trabalho (poucos cortes na primeira versão)	Dificuldade em saber quando a primeira versão está pronta. Foco maior na trama gera risco de se criar personagens fracos
Estruturar e escrever	Visão geral orienta os trabalhos Estruturação ajuda a evitar bloqueios criativos Mais fácil para a criação de tramas mais elaboradas, com muita pesquisa e de suspense crescente Organização do trabalho evita “Jogar trabalho fora” (poucos cortes na primeira versão)	Foco maior na trama gera risco de se criar personagens fracos

Como se pode inferir desta tabela, os dois primeiros paradigmas permitem de forma mais natural que se crie obras focadas nos personagens, onde a trama corre o risco de ficar em segundo plano, enquanto nos dois seguintes o foco maior na trama gera o risco oposto, de que os personagens não sejam tão bem trabalhados.

Qualquer um destes paradigmas permite a criação de excelentes histórias, e qualquer um deles tem autores de sucesso que comprovam que independente da ferramenta utilizada para criar sua obra, é possível cativar os leitores com talento e dedicação.

É importante que você conheça alguns destes paradigmas, e os experimente, para descobrir qual é a forma de trabalho com que você mais de identifica, qual é aquela que lhe permite melhor realizar seu potencial. Escrever um livro é diferente de escrever um conto, e se você não tiver uma forma de organizar seu trabalho corre seriamente o risco de criar uma história com ‘furos’ ou pouco convincente.

Desta forma, o ideal é que você experimente alguns paradigmas de criação, até descobrir o que funciona e o que não funciona para você.

Na tabela a seguir apresentamos algumas ideias que podem ajudá-lo a escolher seu paradigma de criação, conforme o seu estilo usual de trabalho.

Paradigma	Você, em suas atividades rotineiras, gosta de...				
	Fazer	Planejar	Ter uma Visão geral	Focar nos Detalhes	Não deixar pontas soltas
Sentar e escrever	X			X	
Ir editando enquanto escreve	X			X	X
Detalhamento progressivo		X	X		X
Estruturar e escrever		X	X		

ERROS COMUNS NA ESCOLHA DE UM PARADIGMA DE CRIAÇÃO

Os erros mais comuns de um escritor ao escolher seu paradigma de criação são:

Achar que sabe tudo: A muitos escritores falta a humildade de reconhecer que na escrita, como em qualquer arte, o bom profissional está sempre buscando formas de se melhorar. Por mais que você tenha a sua forma particular de escrever um livro e esteja acostumado a ela, conhecer e experimentar outras maneiras apenas irá agregar qualidade ao seu trabalho!

Achar que a técnica é tudo: Nenhum paradigma de criação, por mais elaborado que seja, consegue fazer uma história ruim ficar boa, ou consegue superar a falta de cuidado ao escrever. Escreva com o coração, que o uso adequado de um paradigma de criação pode fazer a diferença entre uma história boa e uma história ótima; ou quem sabe entre uma história ótima e uma história inesquecível.

EXERCÍCIO – PESQUISANDO PARA AMADURECER SUA IDEIA

Analise sua forma particular de trabalhar, e verifique dentre os paradigmas que apresentamos qual é aquele que mais se aproxima dela. Se você ainda não escreveu nenhum livro, ou se usa o paradigma de “sentar e escrever”, reveja todos os paradigmas com cuidado e tente avaliar qual deles soa mais “natural” para você, qual deles provavelmente melhor se adapta à sua forma de pensar.

Feito isso, concentre-se nos próximos capítulos naquelas ferramentas utilizadas neste paradigma, e na produção de seu próximo livro tente não só utilizar estas técnicas, mas também registrar que adaptações você fez nas técnicas para tirar melhor proveito delas.

Lembre-se: não há forma correta nem forma melhor de se escrever um livro, mas todo autor tem como melhorar a sua forma particular de escrita!

Independente do paradigma que você usar, a definição de uma boa premissa irá garantir um rumo adequado para sua história.

Vejamos, então, o que é e para que serve a premissa estruturada.

A PREMISSE ESTRUTURADA

SOBRE A FERRAMENTA CONHECIDA COMO “PREMISSA ESTRUTURADA”, QUE ORIENTA A REESCRITA DA IDEIA DE FORMA A IDENTIFICAR OS PRINCIPAIS ELEMENTOS DA TRAMA: QUEM É O PROTAGONISTA E QUAL SUA META, QUEM É O ANTAGONISTA E QUAL SUA META, E O AMBIENTE ONDE O CONFLITO DESTAS METAS OCORRE.

Muito bem, você escolheu um tema inicial para sua história, uma ideia geral que você acha que pode render uma boa história, mas ainda vaga. Por exemplo, você gostaria de falar sobre um marinheiro tendo algum tipo de problema psicológico em um submarino.

Na etapa de gestação, você pesquisou sobre os temas relacionados; em nosso exemplo, viu vídeos que se passam dentro de submarinos, pesquisou plantas e achou um ou outro depoimento de marinheiros que trabalharam nestas máquinas. Além disso, pesquisou sobre alguns problemas psicológicos que poderiam ser interessantes neste caso, como a claustrofobia, esquizofrenia e outras psicopatias.

Chegando neste ponto, você tem material suficiente para escrever a premissa de sua história.

A premissa, em poucas palavras, é a “grande pergunta” que será respondida ao final da história, e que orienta toda a ação dos personagens no correr da trama.

Mas não se deixe enganar pela aparente simplicidade desta ferramenta, ela não só é extremamente útil para o autor na produção de seu trabalho como também é utilizada como “instrumento de venda”, quando negociando com possíveis interessados em publicar seu livro.

Apenas para se ter uma ideia, a premissa da obra é um dos principais instrumentos utilizados para apresentar uma obra nas “*pitch sessions*” que ocorrem em eventos para escritores e roteiristas nos Estados Unidos.

Um dos mais famosos destes eventos, a feira do livro de Nova Iorque, é conhecida pelos escritores pela sua oportunidade que escritores têm de “vender sua ideia” diretamente a editores, sem a intermediação (praticamente obrigatória naquele país) de um agente literário.

Nesta feira, representantes de diversas editoras sentam-se em mesas e dedicam alguns (poucos) minutos para cada autor que deseje apresentar sua obra. Há vários artigos na internet sugerindo formas de se fazer um *pitch* perfeito, e todos passam por apresentar seu trabalho de forma instigante e que mostre ao editor o motivo pelo qual os leitores vão querer ler sua obra.

Um texto bem escrito não é o suficiente para motivar os leitores, é necessário que eles se importem com os personagens e, mais que isso, o leitor precisa se interessar pelo destino dos personagens, precisa ter sua curiosidade despertada para descobrir se as metas deles serão atingidas.

Pois uma boa premissa faz justamente isso: diz quais são as metas do protagonista e do antagonista, o que movimenta estes personagens inevitavelmente para o conflito.

Vejamos, então, a premissa estruturada em mais detalhes.

ESTRUTURANDO SUA PREMISSA

Há várias formas de se criar uma premissa, desde no formato de uma pergunta livre, que será respondida ao fim da obra, até formas estruturadas divididas em diversos elementos.

A grande vantagem de trabalhar com uma estrutura organizada para sua premissa é que você não correrá o risco de esquecer algum elemento importante para a história, e dentre as possíveis estruturas vamos sugerir aqui uma nascida da “Dialética” de Sócrates.

Nesta obra, o filósofo grego sugere que a forma de se chegar à verdade é através do diálogo, apresentando argumentos e contra-argumentos cujo resultado deve levar à refutação dos argumentos iniciais, uma síntese dos argumentos com os contra-argumentos, chegando-se portanto a uma nova verdade, ou simplesmente ao aumento do conhecimento de quem dialoga sobre os pontos debatidos, levando-os portanto mais próximo à verdade.

Este formato de debate foi posteriormente incrementado pelos filósofos alemães Kant e posteriormente, Heinrich Moritz Chalybäus e Hegel, chegando ao modelo tese-antítese-síntese.

E o que isto tem a ver com o livro que você pretende escrever? Tudo!

Ora, uma boa premissa pode ser organizada justamente nestes três pontos:

Tese: Nesta parte da premissa é que você irá apresentar o *status quo* da história (onde se passa, em que tempo, quais as condições iniciais...) e como seu protagonista se insere neste ambiente, além da meta do personagem.

Antítese: é o que vai “tentar provar que a tese está errada”, ou seja, quem (ou o que) é o antagonista e qual a sua meta.

Síntese: No debate entre tese e antítese, entre as metas do protagonista e do antagonista, onde queremos chegar? A síntese é a questão que é lançada e que será respondida ao final da obra.

Vejamos alguns exemplos para que fique bem claro como usar esta estrutura. Começemos com um exemplo comum a muitos filmes do estilo “comédia romântica”:

Tese: Vivendo na casa dos pais até os trinta anos apesar de ter um bom emprego, João é um homem que nunca se envolveu seriamente com uma mulher, e nem pretende fazê-lo. Sua meta é aproveitar a vida, sem compromissos.

Antítese: Os pais de João querem que o filho assuma as rédeas de sua própria vida, e acham que para isso ele precisa se casar. Para tanto, recorrem a Maria, uma jovem vizinha, e a pagam um bom dinheiro para que ela ache a mulher perfeita para seu filho.

Síntese: Conseguirá João manter seu estilo de vida, apesar dos esforços de Maria e de seus pais para que ele case e saia de casa?

Veja que a premissa, neste formato, não dá a resposta à pergunta, ela é um reflexo exato do que o leitor irá pensar ao ler o livro, e o que o motivará a continuar a ler o livro. Outro ponto importante é que a premissa *não* é uma sinopse, ela não conta a história, mas é algo curto, de poucas linhas, onde é lançada a questão que vale a história. Se sua premissa estiver explicando muito, reveja-a: ou você está incluindo detalhes desnecessários, ou talvez sua premissa esteja confusa ou não seja tão interessante quanto você pensava inicialmente.

Vejamos outro exemplo, agora de um filme de ação.

Tese: Dr. Richard Kimble é um famoso cirurgião que um dia, ao chegar em casa, descobre que sua esposa acabou de ser assassinada por um homem com um só braço. Kimble é julgado e condenado à morte pelo assassinato, mas consegue fugir e tenta descobrir quem é o verdadeiro assassino.

Antítese: Samuel Gerard é um policial que lidera uma força especial de captura de fugitivos, e que devido ao seu excelente registro de trabalho é chamado para localizar e prender Kimble.

Síntese: Conseguirá o dr. Kimble provar sua inocência, levando o verdadeiro assassino de sua esposa à prisão e salvando sua própria vida, antes que o (até então) infalível policial Gerard o capture?

Dentro desta linha, você pode encaixar qualquer filme ou livro, não porque sigam qualquer tipo de amarração estrutural, mas simplesmente pelo

fato que uma história é, por definição, a narração de *algo* que aconteceu a *alguém*. Sem o conflito entre o *status quo* inicial e uma mudança que leva a um novo *status quo*, não há história.

Quanto à antítese, o elemento da história que irá atrapalhar o protagonista na busca por atingir sua meta, ele pode ser humano ou não. Há excelentes histórias de “protagonista contra animal”, “protagonista contra natureza” ou mesmo refletindo conflitos internos, como “protagonista contra sua tendência depressiva”; mas de maneira geral é mais fácil, e mais assimilável pelos leitores, quando há um antagonista humano ou, pelo menos, quando há conflitos entre personagens no correr da trama.

Por exemplo, em filmes de catástrofe como “Twister”, “Tubarão”, “Titanic” e muitos outros, existe o conflito com animais ou a natureza, mas o verdadeiro conflito que ocorre é entre dois personagens: São grupos rivais competindo para conseguir realizar uma pesquisa climática; ou um homem que deseja que se feche a praia pelo risco do tubarão, e outro que não quer arriscar perder dinheiro do turismo com isso; ou dois homens competindo pelo amor de uma mulher em uma viagem fadada à desgraça... Conflitos entre pessoas dão ensejo a mais possibilidades dramáticas, daí vemos que a maioria dos grandes sucessos de filmes e livros envolve, em seu cerne, o embate entre um protagonista e um antagonista humanos.

INGREDIENTES DE UMA BOA PREMISSA

Em poucas palavras, uma boa premissa é aquela que dá ensejo a uma boa história, que tanto inspira o autor na construção do livro quanto faz o leitor desejar acompanhar o livro até o fim para conhecer a resolução da trama.

Para chegar a este ponto, idealmente a premissa deve ser provocativa e breve, lançando uma questão que não só é relevante para o autor, mas (e principalmente) também para o leitor.

Outra dica importante é que boas premissas geralmente impõem limites, tornando a questão que será respondida mais interessante e com um maior apelo ao leitor. O limite pode ser de tempo, de opções ou outro qualquer, como por exemplo:

- Descobrir o verdadeiro assassino antes de ser preso pela polícia.
- Convencer o amigo a não se casar, antes que chegue a data do casamento.
- Descobrir e desativar uma célula terrorista antes que ela ataque.
- Destruir o anel mágico do inimigo antes de ser capturado e morto.
- Para ser fiel a uma promessa, ter dez namorados antes de casar.
- Matar o tubarão antes que ele mate mais pessoas.

A criação de uma premissa que impõe determinados limites reforça a tensão na narrativa; mas diversos outros pontos devem ser considerados quando se procura a premissa ideal para a história a ser escrita:

A questão que a premissa levanta tem um apelo universal?

A premissa proposta dá margem a conflitos externos (a ação, usualmente com outros personagens) e internos (a emoção, como crises de consciência ou luta para vencer as próprias limitações)?

Mesmo que seja parecida com premissas de outras histórias, a sua premissa tem algo de único e original?

A premissa apresenta uma pergunta que imediatamente vai apaixonar os leitores?

A premissa dá pistas de que como o personagem e sua realidade serão alterados no correr da trama?

ERROS COMUNS NA PRODUÇÃO DA PREMISSA

Os erros mais comuns de um escritor escrever sua premissa são:

Esquecer algum personagem significativo: A premissa não precisa e nem deve apresentar todos os personagens que irão aparecer no correr da trama, mas escrever a premissa de “Romeu e Julieta” sem mencionar a Julieta seria um erro grave. A fase de gestação serve justamente para que você amadureça a ideia o suficiente para saber quem serão os principais personagens da história.

Começar a escrever sem uma boa premissa: Escrever sem um rumo definido é a melhor forma de desperdiçar tempo e talento. Mesmo que seu estilo de escrita seja “sentar e escrever”, se você não definiu a questão que moverá a história para frente, o mais provável é que ela perca o rumo e desinteresse o leitor.

Não escrever a premissa: Muitos autores criam a premissa intuitivamente e até sabem responder rapidamente quando perguntados “sobre o que é” seu livro, no entanto a produção de uma premissa estruturada é o primeiro passo para deixar a história mais clara, explicitando alguns elementos que de outras forma poderiam ser esquecidos. Lembre-se que a premissa, apesar de ser um instrumento que pode ajuda a convencer editores e leitores a comprarem seu livro, é antes de tudo uma ferramenta para ajudá-lo na produção de seu livro.

Falta de humildade para reconhecer quando a premissa não está boa: Procure se distanciar da sua obra e avaliar a premissa friamente: você se interessaria por um livro ou filme que tivesse esta premissa como base? Não perca tempo escrevendo ou tentando consertar uma história se a premissa dela não é boa o suficiente para conquistar os leitores: é simplesmente perda de tempo.

EXERCÍCIO – CRIANDO SUA PREMISSE ESTRUTURADA

Escrever uma premissa estruturada parece simples, mas na prática a maioria dos autores falha em escrever uma premissa adequada em suas primeiras tentativas.

Lembrando que uma boa premissa deve ser curta (de um a três parágrafos curtos), reveja as anotações realizadas durante o exercício da fase de gestação e monte sua premissa, seguindo a estrutura:

Tese: apresente o *status quo* e a motivação do protagonista.

Antítese: apresente o *status quo* e a motivação do antagonista.

Síntese: Qual é a grande questão a ser respondida?

Se há um ponto em comum nas formas como os escritores desenvolvem seus trabalhos, é justamente esse: para começar a escrever uma história, é essencial que os personagens e suas motivações estejam bem definidos. Com isso, mesmo que o escritor não tenha ideia sobre os caminhos que a história irá percorrer, a coerência dos personagens com seus ideais e a busca para atingir suas metas dão o direcionamento que o livro precisa para chegar a um bom termo.

A premissa dá o primeiro passo desta definição, que precisa ser seguido de um maior detalhamento dos personagens – que é justamente o que veremos no próximo capítulo.

DETALHAMENTO DE PERSONAGENS

SOBRE A IMPORTÂNCIA DE DEFINIR E REGISTRAR AS CARACTERÍSTICAS DOS PERSONAGENS, E ALGUMAS FERRAMENTAS QUE ORIENTAM ESTE TRABALHO.

O cineasta Marcus Ligocki, à época em que foi coordenador do curso de comunicação social na área de Cinema e Mídias Digitais de uma instituição de ensino superior em Brasília, realizava em suas turmas de criação de roteiro um exercício bastante ilustrativo quanto à importância de se criar personagens coesos e com profundidade.

Em um primeiro momento, a turma inteira se reunia e trabalhava na definição dos personagens. Neste momento eram definidas:

Características físicas: Como o personagem é, fisicamente falando? Alto, baixo, magro, gordo, cor dos cabelos e dos olhos, sinais ou cicatrizes, etc.

Crenças: no que o personagem acredita, como ele lida com pessoas de outras religiões, se suas convicções são profundas, etc.

Perfil psicológico: Como é o personagem? Taciturno, resmungão, divertido ou tímido? O que gosta de fazer nas horas vagas? Tem algum *hobby*? Possui animais de estimação?

Origem: Em que país, estado e cidade nasceu o personagem? Em que meio social? Qual sua idade? Sua família é grande ou pequena? Onde mora atualmente?

Formação pessoal: Que escolas cursou ou cursa? Que empregos teve e tem? Ele gosta do que faz, ou faz por algum outro motivo?

Relacionamentos: O personagem tem amigos, colegas, namorada ou namorado, cônjuge? Quais são seus amigos mais íntimos? Há quanto tempo

ele mantém estes relacionamentos? Como ele se relaciona com outras pessoas?

Motivações: quais são as metas de vida do personagem, o que o motiva a seguir em frente?

A lista de características acima não pretende ser completa e deve ser tomada apenas como um exemplo dos diversos ângulos que devemos lembrar quando definimos nossos personagens. Basicamente, devemos buscar responder a perguntas como: Quem é nosso personagem? Como ele é? Porque ele é assim? Como se relaciona com as pessoas, o ambiente que o cerca, seu passado? Quais são suas metas de vida? E, principalmente: Como isso tudo o afeta e como o leitor se identificará com ele?

Personagens superficiais não despertam a empatia do leitor e quando o leitor não se identifica com o personagem dificilmente ele se importará com seu destino, fadando o livro ao insucesso.

Voltando ao exercício da turma de roteiro, uma vez que a turma definia, em conjunto, quais os personagens envolvidos no roteiro, eram definidas as **motivações** desses personagens na história (ou seja, onde cada personagem deseja chegar no contexto da história) e o **ponto de partida** da história.

Veja que esta “motivação na história” é mais específica que as “motivações de vida” do personagem. Por exemplo, se o que motiva um personagem é a busca por fama e fortuna, dentro da história sua motivação pode ser conseguir concluir um grande contrato ou conseguir um papel em um filme.

Seguindo com o exercício, a turma era dividida em grupos que escreviam partes do roteiro, sem que houvesse qualquer contato entre os grupos. Não se preocupe, por hora, com o que são estas “partes” de um roteiro ou de uma história - falaremos disso no próximo capítulo.

O mais espantoso deste exercício é que, ao se unir as partes do roteiro, a história era invariavelmente coesa! Com pequenos ajustes, era possível tornar os pedaços escritos isoladamente em uma história completa, sem falhas de continuidade.

A lição mais importante deste exercício, que trazemos também para os leitores, é que quando os personagens são bem definidos e suas metas e papéis são claros na história, ela praticamente “se escreve sozinha”.

Um testemunho disso é que é muito difícil encontrar um escritor que

planeje toda sua história e que, ao escrevê-la, ela não fuja do planejado em diversos momentos justamente porque os personagens “não agiram conforme o esperado” ou porque um personagem falou algo que o escritor não esperava e o autor “não podia mudar a fala, pois isso é exatamente o que ele deveria falar nesta situação”.

Bons personagens deixam o leitor perceber, nas entrelinhas, sua personalidade, pequenas manias, gostos e passatempos. Além disso, estes personagens fogem dos estereótipos e agem como pessoas reais ou, em outras palavras, não são homogêneos, evoluem dentro da trama e, em situações diferentes daquelas de sua rotina, mostram que são mais profundos e são capazes de tomar decisões que vão além do seu perfil básico.

Este cuidado com detalhes que tornam os personagens mais humanos é outro grande atrativo para os leitores.

COMO DEFINIR BONS PERSONAGENS

Bons personagens, como boas histórias, não nascem prontos. É necessário um (bom) ponto de partida e um período de gestação adequado para transformá-lo em alguém inesquecível para os leitores.

Este “ponto de partida” pode ser uma ideia que você tenha sobre o personagem a ser criado, uma pessoa real, ou um perfil de personagem comum a diversas histórias. Por exemplo, é comum vermos histórias com um protagonista com perfil heroico, de “salvador do mundo”, que também tem características de humildade ou medo, tornando-se um herói hesitante, que salva o mundo apesar de suas dúvidas.

Estes “perfis comuns” são o que chamamos de **arquétipos**. Obviamente a definição acadêmica de arquétipos é mais aprofundada, mas dentro do contexto de nosso trabalho este nível de entendimento é suficiente.

Há diversos livros em inglês (caso tenha curiosidade, consulte a bibliografia ao fim deste livro, os títulos dos livros são autoexplicativos) que apresentam listas de centenas de arquétipos de personagens, com múltiplas variações, e podem ser uma fonte interessante de ideias. O psicólogo Joseph Campbell, em seu “Herói de mil faces”, apresentou uma lista resumida de arquétipos essenciais que aparecem no conjunto de mitos que ele analisou para criar a “Jornada do Herói”, que posteriormente foi simplificada e adaptada para o mundo literário por Christopher Vogler – como veremos no próximo capítulo.

Arquétipos são importantes pois definem a essência, o “jeito de ser” do personagem, tornando-se importantes ferramentas de contar histórias. A vantagem do arquétipo é que o leitor rapidamente se identifica com ele, reconhecendo e assimilando o personagem como parte de algo já conhecido, o que aumenta sua imersão na história.

Um exemplo simples: o personagem principal da série Harry Potter, logo nas primeiras páginas, é apresentado como alguém simples, perseguido e maltratado, e que descobre ser herdeiro de algum grande poder desconhecido até por ele mesmo, mas que o torna especial, motivo de admiração e inveja. O estereótipo de “herói hesitante” é claro, e

imediatamente o leitor sabe que ele é alguém persistente, que irá continuar em frente apesar de todas as dificuldades e alguém que, por já ter passado por situações que o ensinaram a ser humilde, nunca ficará contando vantagens sobre como é poderoso nem irá humilhar outros.

Apesar deste poder de “identificação imediata” do arquétipo ajudar tanto na produção da história quanto na imersão do leitor, é essencial que o personagem tenha algo único, algo que realmente o torne original. Um personagem que fica muito preso ao arquétipo vira um estereótipo, que por ser excessivamente previsível faz o leitor perder o interesse. Muito cuidado com isso!

Bons personagens devem ser como icebergs, onde uma pequena parte é mostrada explicitamente ao leitor em seu texto, mas ele pode apreender que existe todo um conjunto que ele não vê mas que dá equilíbrio à parte visível. Esta “parte invisível” precisa existir pois o escritor a escreve, e o leitor a percebe, de forma inconsciente, e isso não é possível simular.

No livro “*Creating Unforgettable Characters*” (“Criando Personagens Inesquecíveis”, em tradução livre), a escritora Linda Seger resume em seis passos as técnicas usadas por diversos autores famosos:

- Forme uma ideia geral do que será o personagem, através de observação e experiência;
- Adicione a esta ideia geral os primeiros detalhes que definirão o personagem (objetivo de vida e meta na história, principalmente);
- Dê consistência ao seu personagem, incluindo passado, capacidades, etc; de forma a criar um personagem que “faça sentido”;
- Adicione pequenas falhas, detalhes paradoxais ou ilógicos, de forma a tornar o personagem mais interessante;
- Aprofunde o personagem trabalhando na qualidade de suas emoções, valores e atitudes;
- Adicione pequenos detalhes que tornem o personagem único e especial.

Obviamente, cada escritor terá a sua técnica particular para desenvolver personagens, mas conhecer as ferramentas de outros escritores o ajudará a montar as suas próprias.

O mais importante é que as características dos personagens sejam cuidadosamente pensadas, e em especial as do protagonista

e do antagonista, que devem ser conflitantes, mas não necessariamente opostas.

Por exemplo, os dois podem ser inteligentes, como Sherlock Holmes e seu arquirrival Moriarty, mas necessariamente precisam levar a conflitos – como os dois tem objetivos diferentes, o embate entre suas características é que vai ditar a dinâmica da história.

Tão importante quanto isso, como já foi explicitado por Linda Seger, é a necessidade de cada personagem ter falhas, de caráter ou físicas. A perfeição é chata! Se seu personagem é sempre bom e justo, forte, bonito e inteligente, o leitor raramente será capaz de se identificar com ele e sentir empatia.

Personagens relutantes ou com conflitos interiores são geralmente os mais interessantes. Por exemplo, é aquele soldado que tem medo de morrer, mas precisa superar este medo para salvar a si e aos amigos; ou o garoto inteligente mas desajeitado, ou a mulher inconformada com sua vida e que tem grandes sonhos, mas que não tem coragem de largar o marido problemático.

Características são o coração de qualquer personagem, tanto que alguns escritores os veem apenas como “receptáculos de características”, e que podem ser substituídos por outros, desde que se mantenham as características para que se mantenha o conflito central da história.

Por exemplo, em uma aventura medieval, um herói pode derrotar um cavaleiro cruel, apenas para mais tarde se ver às voltas com o filho deste cavaleiro, tão cruel quanto o pai. Trata-se do mesmo conflito de características (nobreza x crueldade), só que com antagonistas diferentes.

Um ponto importante e que deve ficar bastante claro é que você não deve pensar em incluir no perfil do personagem detalhes apenas porque eles serão apresentados quando a história for escrita. A história acontecerá porque o personagem tem certas características e não o oposto!

Em outras palavras, a premissa estruturada é o ponto de partida da história, mas o que guiará a construção de seu livro são as características do protagonista e do antagonista.

Na seção a seguir vamos discorrer um pouco mais sobre

características, comentando sobre como devemos apresentá-las para o leitor.

CARACTERÍSTICAS E O PRINCÍPIO DA REVELAÇÃO PROGRESSIVA

Boa parte dos detalhes criados na composição do personagem não irá aparecer explicitamente na história; no entanto este perfil o ajudará largamente a criar a história de maneira coerente com cada personagem. E isto faz uma grande diferença para o leitor, pois os personagens criados com profundidade se parecem com pessoas reais e não com pastiches e clichês.

Obviamente, o nível de detalhamento dependerá da importância do personagem na trama. Um protagonista deve ter uma descrição detalhada, que pode se estender por dezenas de páginas dependendo da profundidade da história a ser criada e do profissionalismo do escritor; enquanto alguns personagens coadjuvantes, com pequena participação, podem se dar ao luxo de ser apenas estereótipos, com poucas variações.

Independentemente do nível de detalhamento de cada personagem, é importante que as características mais marcantes de cada um sejam apresentadas logo de princípio, logo nas primeiras aparições de um personagem. Isto é importante porque o leitor está acostumado a montar uma imagem do personagem logo em seus primeiros contatos, e se você deixar alguma característica importante de fora, o personagem vai parecer inconsistente.

Se o personagem tem alguma mania, algum tique nervoso ou algum traço de personalidade que seja muito marcante, este deve ser mostrado logo em sua primeira cena. Por exemplo, se você está escrevendo um romance infanto-juvenil e o personagem principal é um garoto muito corajoso, ao ponto de ser temerário, a primeira cena em que ele apareça deve ter algum obstáculo onde ele enfrente um grande perigo e tome atitudes que demonstrem o quanto é arrojado; como arriscar a própria vida para salvar um filhote de cachorro de um carro que se aproxima, e não ficar abalado por quase ser atropelado.

Se, além disso, o personagem tem outras características marcantes, elas devem ser demonstradas na sequência, como por exemplo uma cena onde ele demonstre sua criatividade e capacidade de improvisar.

Vale aqui ressaltar um detalhe importante: estamos falando em *demonstrar* as características marcantes através de cenas. Em textos contemporâneos não se usa algo que você pode encontrar em livros mais antigos, o *contar* o que um personagem é. Por exemplo: “João era um garoto muito corajoso, e quando a coragem e agilidade não eram suficientes para resolver seus problemas, ele apelava para a sua grande criatividade”. Terrível, nunca faça isso!

Esta necessidade de mostrar as características de cada personagem logo de início faz com que seja razoável limitar o número de “características marcantes” de cada personagem. Obviamente, não há uma fórmula para isso, mas apenas para dar uma noção de grandeza, podemos pensar em cerca de três características mais marcantes para o protagonista, duas para os coadjuvantes principais e uma para os demais.

Pode parecer simplista, mas tire suas próprias conclusões ao analisar romances de sucesso. Por exemplo, quais seriam as características marcantes do personagem Rony, de Harry Potter? Consigo pensar em duas: Leal e atrapalhado. Hermione, do mesmo livro? Leal e inteligente. E o próprio Harry Potter? Talvez humilde, justo/que busca justiça e corajoso?

Podemos enumerar muitas características para cada personagem destes livros, no entanto as principais sempre se resumem a algumas poucas.

Um problema se apresenta, no entanto, no caso dos antagonistas. Caso eles não sejam conhecidos logo de princípio (por exemplo, no caso de um romance policial onde o assassino é desconhecido do leitor até as últimas páginas), como apresentar suas características principais sem “entregar o jogo” para o leitor.

É aí que entra o que chamamos de princípio da revelação gradual.

O grande truque, que pode ser utilizado para qualquer personagem, não apenas para os antagonistas, é mostrar as características aos poucos, dando pequenas “dicas”, de forma que o leitor não estranha quando aquela característica é finalmente revelada.

Um bom exemplo disso é o que o colega escritor Oswaldo Pullen batizou bem humoradamente de “A Síndrome da Freira Assassina”.

Imagine que você é apresentado para uma história policial, onde uma noviça vai precisar descobrir quais das freiras está matando as demais, uma a uma, sem deixar pistas.

Em uma das primeiras cenas, a noviça é levada à cozinha e apresentada para as freiras que trabalham preparando o almoço.

A primeira é uma freira gorda e simpática, que com os braços fortes mexe uma grande panela de feijão. Ela larga a concha, sorri, cumprimenta e aperta a mão da noviça com uma mão tão quente com o calor do fogo que quase queima a mão da novata, e volta a mexer o feijão como se a temperatura nada significasse para ela.

A segunda freira, uma senhora bem magra e baixa, está preparando uma salada, cortando a alface em pequenos pedaços de mesmo tamanho com uma tesoura e organizando os pedaços em uma vasilha conforme a sua cor. Ela larga a tesoura sobre a bancada, enxuga as mãos com cuidado durante meio minuto e cumprimenta a noviça com um aperto de mãos e uma frase de boas-vindas.

A terceira freira, tão jovem quanto a noviça, está cortando carne em uma tábua. Ao ser apresentada, ela finca a faca na tábua com força e dá um sorriso ao ver a faca balançando como um pêndulo invertido. Limpa as mãos no avental ensanguentado e cumprimenta a noviça com um aperto de mão forte e decidido.

Pois bem: quem é a culpada? Qual foi a dica da característica de personalidade apresentada?

Obviamente (ou talvez nem tanto), a culpada é a segunda freira, a senhora magra e baixa: Só alguém capaz de cortar folhas de alface em tamanhos iguais e separar cada pedacinho conforme sua cor seria meticuloso o suficiente para cometer assassinatos sem deixar pistas. Esta mania de limpeza e preocupação quase patológica com detalhes deve ficar patente em outros momentos, cada vez mais, de forma que quando os assassinatos forem desvendados e a forma como ela planejava e limpava a cena do crime for revelada, o leitor vai perceber que só poderia ser ela.

Além destas dicas de comportamento, que refletem o lado psicológico dos personagens, também é possível mostrar progressivamente características físicas dos personagens. Para tanto, basta trabalhar a reação de outros personagens ou dificuldades físicas que o personagem sofra, para que o leitor vá, aos poucos, montando um quadro sobre como o personagem é fisicamente, sem que seja necessário ficar listando suas características físicas.

Por exemplo, se um personagem pede ajuda para outro para alcançar

determinado objeto que está em uma prateleira alta, o leitor já sabe que um deles é alto, o outro baixo. Se toda vez que um personagem entra em um novo ambiente as pessoas presentes mostram em seus rostos uma reação de surpresa ou incômodo, ou ainda desviam o olhar, o leitor saberá que o personagem deve ter algum problema físico que deixa desconfortável os demais. Se, por outro lado, ao entrar em algum local todos olham para ele, o leitor vai entender que o personagem chama a atenção. E assim por diante.

Criar personagens complexos, no entanto, não é só questão de criatividade. Em histórias com múltiplos personagens, em especial, este processo demanda uma certa capacidade de organização do autor para não se perder, pelo que na seção a seguir veremos algumas das ferramentas mais comumente utilizadas neste processo.

FERRAMENTAS PARA DEFINIR PERSONAGENS

Há diversas formas de organizar o trabalho de definição de personagens.

Há autores, por exemplo, que preparam pequenas fichas de cartolina com o nome de cada personagem no topo e as características físicas e psicológicas logo abaixo, e prendem as fichas em um quadro branco, ligando os personagens com linhas e legendas que indicam como eles se relacionam.

No extremo oposto, há autores que utilizam fortemente a tecnologia para organizar as informações relevantes de seus personagens. George R. R. Martin, autor da série Crônicas de Gelo e de Fogo (que deu origem à famosa série de TV “*Game of Thrones*”), chegou a mencionar em uma entrevista que seria impossível escrever o livro sem o apoio de um de seus colaboradores, que cadastrou todas as características de seus personagens em uma base de dados, e que o ajuda a tirar dúvidas sempre que ele não se recorda de algo.

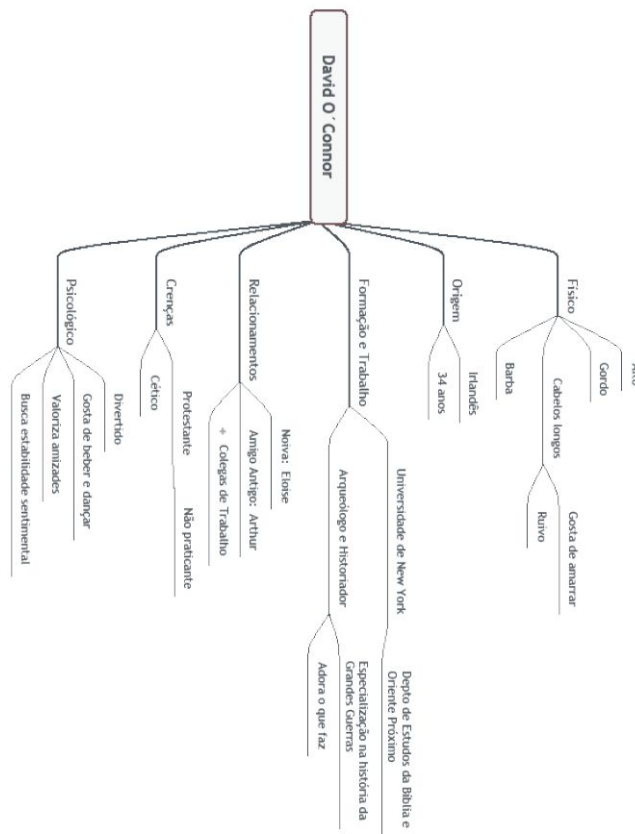
Mas a tecnologia utilizada para registro e consulta dos personagens é a parte mais simples. O mais importante que o autor tenha um processo de trabalho para definir seus personagens, algo bem organizado, que faça sentido para ele, e que o ajude não só a não esquecer de nenhum detalhe importante, mas também achar rapidamente determinada informação quando precisar.

Dois métodos muito comuns para isso são os mapas mentais e os roteiros de entrevistas, que veremos com mais detalhes nas seções a seguir.

USANDO MAPAS MENTAIS

Um mapa mental é, falando de maneira simplificada, um gráfico que ajuda a organização de ideias, tendo em seu centro o ponto de partida, a partir do qual recursivamente criamos “galhos” representando diferentes visões do ponto de partida, até que cada uma destas visões esteja clara para nós.

Experiência pessoal: A título de curiosidade, mostramos a seguir o mapa mental que representa o personagem David O'Connor, um dos coadjuvantes do romance “O Nome da Águia”. Lendo o livro, é possível verificar que a maior parte destas características não está explicitada, no entanto, o personagem age todo o tempo de maneira coerente com elas.



O processo de criação de personagens apoiado pelos mapas mentais é o que podemos chamar de “detalhamento progressivo”: você começa com as ideias gerais, e depois vai aprofundando nos pontos em que sentir que precisa conhecer melhor seu personagem.

Um detalhe importante é que não há regra sobre o que devem ser os “ramos principais”, você escolhe o que acha significativo para cada livro. Com o tempo, o autor vai descobrindo o que faz mais sentido para ele, conforme sua forma de pensar e organizar as ideias.

Há diversas ferramentas de desenho de mapas mentais disponibilizadas de forma gratuita na internet, e outras tantas que podem ser compradas e que oferecem algumas facilidades a mais. Algumas ferramentas, por exemplo, permitem que você adicione fotos, ícones, gráficos, setas de diferentes cores e formas, tabelas de informações, etc.

xperiência pessoal: Para meu método de trabalho as ferramentas gratuitas para criação de mapas mentais atendem bem mas, novamente, cada autor é um universo diferente.

Obviamente os mapas mentais são apenas uma referência rápida para as características dos personagens, que precisam depois ser completadas com informações mais detalhadas, conforme veremos mais adiante neste capítulo.

USANDO QUESTIONÁRIOS PARA LISTAS CARACTERÍSTICAS

Em contraposição à abordagem de detalhamento progressivo dos mapas mentais, os questionários oferecem ao autor uma forma de trabalhar todos os aspectos do personagem de forma tão extensiva quanto seu roteiro permitir.

A ideia aqui é, ao invés de pensar livremente sobre as características do personagem, realizar com ele um questionário tão completo quanto possível, o que força o autor a pensar em aspectos que, de outra forma, poderiam ser deixados de lado.

Da mesma forma que os mapas mentais, os questionários são particulares de cada autor, e devem ser aperfeiçoados conforme a experiência do autor e o livro sendo escrito.

Como ponto de partida para que você crie seu próprio questionário, segue uma lista de perguntas que todo autor deveria saber responder sobre seus personagens.

Questionário sobre o personagem

Nome:

Características Físicas

- Gênero:
- Idade:
- Etnia:
- Altura:
- Tipo corporal / peso:
- Saúde / condição física:
- Cor dos cabelos:
- Cor dos olhos:
- Formato do rosto (nariz, boca, orelhas...):
- Características faciais ou corporais que se destacam (tatuagens, cicatrizes, *piercings*, etc.):
- Possui alguma deficiência ou incapacidade?

Background:

- Local de nascimento:
- Pais / quem o criou:
- O que era importante para as pessoas que o criaram:
- Endereço e telefone atuais:
- Irmãos e parentes próximos:
- Onde estudou:
- Matéria preferida na escola:
- Brincadeira preferida quando criança:
- Status social e econômico na infância:
- Capacidades / treinamentos especiais:
- Trabalho:
- Renda:
- Bens que possui:

Características de Personalidade

- Tipo de personalidade (divertido, fleumático, melancólico, rancoroso, raivoso...):
- Hábitos:
- Melhores Qualidades:
- Piores Defeitos:
- Medos:
- Talentos:
- Comidas Favoritas:
- Destinos de férias favoritos:
- Esportes favoritos:
- Gosta de si mesmo?
- O que gostaria de mudar em sua vida?
- Que demônios pessoais o atormentam?
- Ele mente para si mesmo a respeito de alguma coisa?
- Qual seu direcionamento moral?
- É pessimista ou otimista? Realista ou iludido?
- Como gosta de se vestir?
- O que o faz feliz, o deixa triste, o enfurece?
- O que ele mais ama?
- O que ele mais odeia?
- Do que ele mais se orgulha?

- Qual é seu segredo mais negro?
- Qual seu maior trauma?
- Qual seu momento mais embaraçoso?
- Com que ele se importa, mais do que tudo?

Interesses e favoritos:

- Religião:
- Inclinação política:
- Coleções e hobbies:
- Livros preferidos / estilo que gosta:
- Comidas e bebidas:
- Filmes:
- Cor:
- Melhor forma de passar um fim de semana:
- Animais de estimação:
- Esportes:
- Carros:

Características Sociais

- Como as pessoas veem este personagem?
- O que as pessoas notam nele, em primeiro lugar?
- Vive com alguém?
- Quais são seus relacionamentos mais próximos?
- De quem ele não gosta, ou quem não gosta dele?
- Com quem gasta a maior parte de seu tempo?
- E com quem gostaria de gastar?
- Quem depende dele, e por quê?
- Quem ele admira?
- O que os outros fazem que o perturba?
- O que os outros fazem que o anima?
- Em um diálogo, qual é sua expressão típica quando feliz, com raiva, frustrado, triste?

Vale reforçar que quanto mais perguntas forem realizadas, melhor o perfil de seu personagem será, mas nem todos os personagens precisam nascer da mesma forma: personagens secundários podem, é claro, ser menos detalhados que os principais.

APROFUNDANDO O PERSONAGEM

Todos autores são unânimes ao dizer que, depois de algum tempo, os personagens criam vida e fogem ao seu controle. Você sabe que chegou a este ponto quando o personagem fala algo, ou toma alguma atitude inesperada até mesmo para você.

“Chega o momento em que o personagem diz ou faz algo que você não tinha pensado. Neste momento ele ganhou vida, e você pode deixar a história a seu cargo”

Graham Greene

Este tipo de coisa acontece porque, a partir de determinado momento, os personagens passam a ser tão reais para nós quando pessoas que conhecemos na vida real. Assim, da mesma forma como temos uma boa ideia de como um amigo próximo ou parente reagiria a determinada situação, inconscientemente também passamos a ter esta ideia a respeito de nossos personagens. Neste ponto, você pode relaxar e simplesmente assistir como eles desenvolvem a história que planejamos para eles.

Usualmente este “criar vida” demora algumas dezenas de páginas para acontecer, então uma boa forma para agilizar este processo é aprofundar nosso conhecimento a respeito dos personagens.

Seja realizando um questionário ou criando um mapa mental, o que temos ao fim desta etapa do processo é uma lista de informações, que não seria suficiente para entender uma pessoa. Para começar a dar vida para o personagem, precisamos de algo mais. Precisamos de conhecer a sua história – ou suas histórias.

O ideal para isso é escrever pequenas histórias em torno das principais características dos personagens ou, em outras palavras, entrevistar diretamente o personagem, ao invés de realizar perguntas a você, autor, sobre o personagem.

As perguntas a seguir são apenas uma ideia, mas com certeza

são um bom ponto de partida para você criar sua própria entrevista com personagens:

Roteiro de entrevista com o personagem

- O que você diria que é sua melhor qualidade?
 - o Conte a estória de como você descobriu que era deste jeito (tinha esta qualidade).
- Quando alguém pergunta ao seu melhor amigo como é que o você é, o que ele responde?
 - o Porque este amigo pensa isso de você? Conte a estória que o levou a pensar assim!
- Quando alguém acaba de conhecê-lo, o que esta pessoa pensa de você?
 - o Explique porque as pessoas pensam assim.
- O que você diria que é seu pior defeito?
 - o Conte como é que você descobriu que tinha este defeito.
- Diga uma coisa ou situação que você não consegue suportar.
 - o Por que você não suporta isso?
- Qual é seu objetivo de vida, o que o faz seguir em frente?
 - o Conte como é que você percebeu, pela primeira vez, que esta era sua meta.
 - o Conte como você espera chegar lá.

Veja que o “objetivo de vida” desta última pergunta não é a meta expressa na premissa. O objetivo de vida do personagem é algo que irá guiar suas ações por toda sua vida, como por exemplo “ficar famoso”. Já a meta da premissa obrigatoriamente precisa ser algo que será plenamente atingido – ou totalmente abandonado – ao fim da obra, como por exemplo “escrever um livro”.

Cada resposta deve ser uma história, algo entre meia página e algumas páginas. Quanto mais você escrever sobre seu personagem antes da história começar, mais rapidamente ele irá tomar as rédeas da história, e melhor será a qualidade de seu trabalho.

A DIFÍCIL ESCOLHA DO NOME E DA PROFISSÃO

Um detalhe à parte é a escolha de nomes e das profissões para os personagens, o que pode ser um desafio em si.

Em determinada entrevista sobre o assunto, um entrevistador disse que apreciava os nomes dos personagens do escritor Isaac Asimov e lhe perguntou se havia algum segredo para criar bons nomes. Asimov disse que sua técnica era simples: ele utilizava um primeiro nome comum e buscava um segundo nome sofisticado ou diferente e este pequeno anacronismo dava um certo tom de realidade aos nomes.

Trazendo para a realidade brasileira, vemos que a dica também se aplica: Enquanto “Natália da Silva” parece simplista demais, “Natália Honoré” já soa com um pouco mais de “personalidade”.

Dica: Ao escolher os nomes para seus personagens, sempre realize uma pesquisa na internet com o nome escolhido. Embora seja praticamente impossível inventar um nome que não apareça em alguns resultados, devemos tentar evitar usar nomes de pessoas famosas, para evitar confundir o leitor, levando-o a misturar características que ele atribui à personalidade famosa com as do personagem.

Quanto à profissão, em alguns casos ela é tão importante que chega a ser parte essencial do personagem e mesmo a motivação de sua participação na trama, como é o caso de detetives em histórias policiais ou médicos em dramas que envolvem questões de saúde.

Nos demais casos, um fato que o autor deve levar sempre em consideração é que cada profissão tem toda uma carga de ideias pré-concebidas associada a ela, de forma que esta carga pode ser utilizada como ponto para facilitar a entrada do leitor na trama – ao manter o personagem de certa forma associado a estas ideias – ou como ponto de estranhamento, o que tem o potencial de gerar histórias mais interessantes.

Por exemplo, em uma história de um professor de biologia que se pertence a um grupo que se perde em uma floresta, o leitor já irá assumir que ele poderá ajudar o grupo com seus conhecimentos, e o autor pode efetivamente utilizar isso na história.

O contraponto seria, por exemplo, realizar uma história de ficção científica onde há um encanador sendo transportado de um planeta para outro, e de repente sendo colocado em uma situação onde seus conhecimentos não serviriam para nada, ou quase nada – o que pode gerar boas surpresas para o leitor quando ele perceber que as ideias do personagem, ainda que oriundas de outra especialidade, podem ajudar em alguma coisa.

Outra questão essencial na criação de personagens mais realísticos, e que por conta disso despertam a empatia do leitor, é garantir que não apenas os personagens são consistentes, mas também suas mudanças ocorrem de forma consistente.

É o que veremos na seção a seguir.

ARCO DE MUDANÇA DO PERSONAGEM

Como pessoas reais, bons personagens têm “camadas”, diferentes profundidades que se refletem em suas atitudes conforme o nível de tensão a que o personagem está sendo submetido em cada instante.

As características do personagem têm origem nestas diversas camadas, e quanto mais interna a camada que dá origem a determinada característica, mais esforço é necessário para transformar esta característica.

Este processo de transformação do personagem no correr da história é chamado arco de mudança do personagem.

Uma possível visão das características dos personagens, em cinco camadas de profundidade, seria:

- Opiniões:** O que o personagem fala.
- Atitudes Dominantes:** O que o personagem faz.
- Valores:** O que o personagem segue.
- Crenças:** Em que o personagem acredita.
- Auto Imagem:** O que o personagem realmente é.

Vejamos alguns exemplos práticos para compreender como se processa o arco de mudança para cada uma destas camadas:

•**Opiniões:** Para transformar o que o personagem fala, basta algo simples como mais informação durante um diálogo. Por exemplo, se o personagem emite uma opinião sobre determinado assunto que ele não domina nem se interessa profundamente, e alguém o corrige, apresentando mais informações a respeito, o personagem pode aceitar as novas informações e mudar o que ele fala.

•**Atitudes Dominantes:** Para modificar uma atitude dominante, um hábito do personagem, é necessário algo mais forte que meramente um diálogo. Por exemplo, se o personagem costuma fumar, não basta falarem que isso faz mal à saúde, é necessário que um fumante amigo tenha alguma doença pulmonar para que ele

se conscientize de que realmente corre perigo e deixe o hábito.

•**Valores:** Para alterar um dos valores pessoais, é necessário que haja uma força de grande intensidade e duração. Por exemplo, se determinado personagem é honesto, e nunca cogitaria em roubar, é necessário algo como uma doença grave de um familiar próximo, que vá desgastando aos poucos os recursos financeiros e provocando um desespero crescente, com a diminuição de possibilidades de cura e o agravamento da doença, para que este personagem cogite em roubar algo ou alguém para custear uma última chance de salvar a vida do ser amado.

•**Crenças:** As crenças (religiosas, políticas, de filiação esportiva etc.) são ainda mais profundas que os valores, a ponto de um personagem por vezes escolher a morte que trair suas crenças. Para transformar uma crença, além de um processo longo e doloroso é necessário que haja uma grande decepção, um choque que faça o personagem abandonar sua crença por se sentir traído por aquilo que ele acredita. Por exemplo, seguindo a possível história do tópico anterior, após o personagem trair até mesmo seus valores pessoais, ele se voltar para suas crenças em busca de apoio, e se sentir não apenas não ouvido, mas também as coisas piorarem após esta busca.

•**Auto Imagem:** Raramente encontramos romances onde o personagem modifica o que seu eu mais íntimo. Tais histórias normalmente são histórias de superação, onde o personagem ativamente busca por algum tipo de iluminação ou sai em busca de uma nova identidade, embora haja algumas histórias em que esta transformação ocorra a partir de uma interferência externa. Um exemplo de arco de transformação envolvendo características desta camada é o clássico “Um Conto de Natal”, de Charles Dickens. Ebenezer Scrooge, protagonista, passou quase a vida inteira acreditando que armazenar dinheiro é a única coisa que faz a vida valer a pena, sendo reconhecido por todos como um avaro que economiza até mesmo nas menores coisas. Para transformar seu jeito de ser, é necessário que três fantasmas o visitem na noite de Natal, mostrando o que perdeu no passado, o que está perdendo no presente e seu legado sombrio nos anos que se seguirão para que

ele, apenas após a última revelação, finalmente aceite que ele não é quem deveria ser.

Bons personagens são aqueles que têm vida própria, que o leitor consegue acreditar que são reais, consegue enxergá-los como pessoas verdadeiras.

Para isso, é essencial que tenham falhas. Sejam problemas físicos ou dilemas morais, é importante estabelecer uma dicotomia que mostre que o personagem têm dois lados distintos, em constante conflito entre si, mesmo que não sejam suas características predominantes. Ninguém é perfeito, portanto seus personagens também não precisam ser.

Da mesma forma, as metas dos personagens precisam ser críveis; é essencial que o leitor aceite que estas metas seriam metas válidas no mundo real – a menos, é claro, que se trate de uma história de humor, onde clichês são aceitáveis. Nos romances modernos não há vilões que “são maus porque são maus”, e que têm a meta de “querer dominar o mundo”. Seres humanos buscam por construir uma nova vida, dinheiro, reconhecimento, vingança, amor, e outras metas igualmente importantes, e é este tipo de objetivo de vida que deve guiar seus personagens.

De todas as regras ou ideias que possamos apresentar sobre personagens, a mais importante e a única que não pode ser quebrada é que **o leitor precisa se importar**. Dependendo do tipo de história que você está escrevendo, seus personagens podem ser cheios de clichês, podem ser cômicos, podem ser sombrios, podem ser bons ou maus, podem ter metas grandiosas ou apenas desejar sobreviver mais um dia. Se o leitor se identificar com o personagem e se interessar por conhecer o restante da trajetória daquele personagem, então ele está bem construído.

Uma vez que os personagens já têm seus perfis bem estabelecidos, permitindo não apenas que os leitores acreditem nos personagens, mas também tenham empatia e se identifiquem com seus problemas – o que é essencial para garantir a sua imersão na história – estamos prontos para organizar nossa história.

E é exatamente isso que veremos no próximo capítulo.

ERROS COMUNS NA FASE DE DEFINIÇÃO DE PERSONAGENS

Os erros mais comuns do escritor na fase de definição de personagens são:

Ficar nesta fase para sempre: Detalhar seus personagens pode ser uma atividade viciante. Ao criar os personagens de “O Nome da Água”, cheguei a criar perfis para os personagens em uma rede social na internet e os registrei em grupos de interesse conforme seu perfil, para conhecer mais os possíveis círculos de amizades destes personagens! Embora divertido, resista a esta tentação. Lembre-se que seu objetivo é escrever um romance e personagens profundos e críveis ajudam nisso – mas você não precisa da biografia completa de cada coadjuvante!

Esquecer os coadjuvantes e antagonistas: Não detalhe apenas seu personagem principal! Obviamente não é necessário definir hábitos e detalhes sobre problemas familiares daquele guarda de trânsito que aparece apenas uma vez no meio da história; mas qualquer personagem que apareça algumas vezes merece um tratamento melhor do autor. Uma dica: por vezes, dar um nome e pequenas características a um personagem já aumenta a sua empatia e credibilidade. Por exemplo, ao invés de mencionar um coadjuvante meramente como “o segurança do banco”, dê algumas características: baixo, ligeiramente calvo, uma roupa puída de segurança com um crachá meio apagado onde se pode ler “Santos”, uma cicatriz no queixo e uma voz ligeiramente aguda. Com apenas três linhas você tornou o coadjuvante mais interessante, deu a ele uma história (por exemplo, pelas roupas pode-se dizer que trabalha no banco há muito tempo) e além disso poderá referenciá-lo por diversas de suas características, ao invés de simplesmente pelo seu cargo.

Pular esta fase: Personagens precisam ter profundidade para fugirem do clichê. Nada é mais enervante para um leitor atento do que um personagem que fica continuamente repetindo um bordão ou um padrão de comportamento. As pessoas não são sempre más

ou sempre boas, elas têm dúvidas, têm passados que mudam suas decisões conforme as situações presentes evoquem estes passados.

EXERCÍCIO 1 – DEFININDO SEUS PERSONAGENS

Responda as questões do “Questionário sobre o personagem” mostrado neste capítulo para o protagonista e para o antagonista da premissa definida anteriormente por você.

Embora o questionário seja longo e algumas perguntas possam parecer desnecessárias conforme a história que você deseja escrever, responder a todas elas o ajudará a definir melhor o personagem em sua mente, o que é essencial para dar coerência às suas ações no correr da história.

EXERCÍCIO 2 – ENTREVISTANDO SEUS PERSONAGENS

Após responder ao questionário sobre os personagens, entreviste-os utilizando o roteiro apresentado neste capítulo.

A ideia neste ponto é lançar a pergunta e deixar o personagem falar à vontade, contando pequenas histórias sobre a vida dele. Lembre-se que, como você está “anotando o que foi ditado” pelo personagem, o próprio estilo das respostas pode variar conforme a personalidade de cada um.

Após responder ao questionário e à entrevista sobre seus personagens principais, você terá uma ideia bem mais precisa sobre quem são, como reagem e o que os anima a seguir em frente.

Antes de começar a escrever, no entanto, o ideal é que tenhamos uma ideia geral sobre os pontos principais da história, não como um trilho que irá amarrar nossa criatividade na produção do trabalho, mas sim como uma bússola que inconscientemente ajudará a direcionar os esforços dos personagens.

No próximo capítulo veremos, portanto, como organizar esta estrutura das tramas para começar a escrever.

PLANEJAMENTO DO LIVRO - ORGANIZAÇÃO DAS TRAMAS

SOBRE COMO A ESTRUTURA DA TRAMA É O ESQUELETO SOBRE O QUAL TODA A HISTÓRIA SE ASSENTA, DANDO-LHE FORMA SEM ENGESSAR O PROCESSO CRIATIVO - E COMO UTILIZAR ESTA PODEROSA FERRAMENTA.

Muito bem, já evoluímos da ideia inicial até a premissa da história, e já conseguimos detalhar nossos personagens de forma a torná-los mais reais.

Como já falamos anteriormente, existem diversas formas como continuar sua história a partir deste ponto, conforme o paradigma de criação utilizado pelo escritor.

Há autores que organizam tudo em sua mente e depois passam para o papel, organizando e reorganizando a história à medida que ela evolui. Outros anotam e organizam os pontos principais da trama, deixando os pontos fundamentais da história definidos antes de começar a efetivamente escrever os capítulos. E entre estes limites há toda a sorte de variações.

Neste capítulo falaremos sobre como e porque utilizar uma estrutura como forma de organizar sua história antes de começar a escrevê-la. Embora, teoricamente, haja infinitos tipos possíveis de estruturas, diversos estudiosos deram suas contribuições sobre o assunto, listando padrões de estrutura para histórias “bem escritas” (com muitas aspas...).

Começemos explorando algumas propostas de estruturas apresentadas por estudiosos de diversos períodos históricos, para depois avaliarmos os benefícios para o autor de organizar seu

trabalho em uma visão estruturada, antes de começar a escrever.

ARISTÓTELES: COMEÇO, MEIO E FIM

A ideia de que toda história deve possuir uma determinada estruturação não é recente:

Já em 330 a.C., Aristóteles dizia em sua “Poética” que a trama é a parte mais importante da história, mais importante que os personagens (!), e apresentava uma estrutura básica para a trama, composta por começo, meio e fim.

Além disso, Aristóteles já pregava que todos os eventos em uma trama (seja teatro ou livro) deveriam estar relacionados como cadeias de causa-efeito, de maneira obrigatória ou provável, para garantir a coerência da obra.

E por incrível que pareça, mais de dois mil anos depois, mesmo esta estrutura básica muitas vezes não é seguida por autores iniciantes!

Detalhemos um pouco a estrutura proposta originalmente por Aristóteles:

Começo: É o ponto onde, além de apresentar os elementos iniciais da trama e o local e tempo onde ela ocorre, são apresentados os principais personagens e suas motivações. É neste momento que o livro deverá interessar o leitor e fazê-lo acreditar nas premissas do livro, sob a pena de perdê-lo – o que pode ser fatal para a obra, considerando que seu primeiro leitor será o editor!

Meio: Onde as tramas se desenvolvem, os personagens são explorados e os conflitos principais acontecem, preparando o leitor para o inevitável fim.

Fim: O fim das melhores histórias tem duas características em comum: parecem inevitáveis e, ao mesmo tempo, imprevisíveis. Se seu leitor chega ao fim e sente que não existe outra forma como aquela história poderia ter terminado, isso significa as tramas estão construídas de forma perfeita. Por outro lado, o leitor não pode “descobrir o final da história” no meio do livro. Tudo deve levar ao

final escolhido, mas o leitor deve ser deixado no suspense o maior tempo possível.

Esta visão da estrutura das histórias é completa, mas oferece apenas uma visão geral do trabalho, não servindo como um guia que possa orientar-nos de maneira mais objetiva na criação das tramas.

Para uma estrutura ser útil como ferramenta de trabalho, ela precisa ser mais detalhada. Vejamos, nas seções a seguir, visões de diferentes autores sobre como realizar este detalhamento.

CONFLITO E A ESTRUTURA COM “PONTOS DE VIRADA”

Não são poucos os exemplos de escritores que propuseram estruturas que deveriam ser utilizadas como guias para a organização da trama.

Gustav Freytag, romancista alemão do séc. XVIII, propunha uma evolução da visão Aristotélica para a estrutura dramática, organizando a trama em cinco atos:

Exposição: Neste ponto, são apresentados os protagonistas e seu *status quo* atual. O *status quo* é o dia-a-dia do personagem, por exemplo “uma adolescente estudante no início do século XX que convive com pais compreensivos e colegas que ora são seus amigos, ora a perturbam”. Neste ponto não há conflitos, apenas personagens vivendo sua rotina.

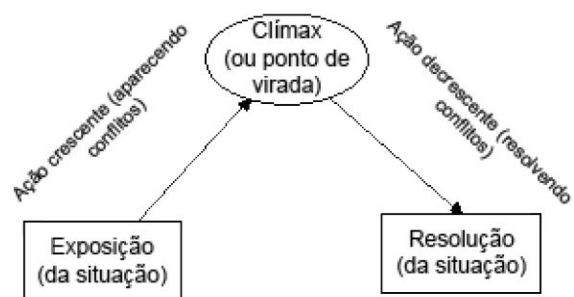
Ação crescente: Nesta parte, os conflitos começam a crescer e o personagem precisa se adaptar a eles, sofrendo diversos revezes. Normalmente, é a parte mais demorada do filme ou livro. Por exemplo, a adolescente conhece um rapaz negro e começam a namorar, enfrentando uma série de problemas e preconceitos, até o ponto de ela sentir saudades do tempo em que tinha “vida comum”.

Clímax: Neste ponto, o personagem chega ao máximo do conflito. Por exemplo, a adolescente descobre que está grávida.

Ação decrescente: Após o clímax, o personagem resolve lutar contra o conflito e resolver sua situação, ao invés de simplesmente sofrer com ela, o que acabará levando-o a um novo *status quo*. Por exemplo, a adolescente quer casar apenas depois de ter o filho. Os pais têm preconceito, mas acabam aceitando o relacionamento, ainda que com ressalvas. Ela redescobre antigas amizades e empolga seus amigos com a novidade.

Resolução: É a conclusão da situação apresentada na exposição, mostrando uma visão no novo *status quo* do personagem, após a aventura vivida. Por exemplo, o filho nasce e

os pais acabam vencendo seus preconceitos, a adolescente se casa e os amigos, novos e antigos, participam.



O SÉCULO XX E O ESTRUTURALISMO

No início do século 20, a corrente filosófica do Estruturalismo sugeriu que elementos culturais poderiam ser melhor entendidos se fossem decompostos em elementos simples e objetivos, que poderiam ser analisados separadamente e, com isso, prover uma melhor visão do todo.

A escola, originada pelos estudos de estruturas linguísticas do suíço Ferdinand de Saussure, logo foi largamente adotada em escolas de Praga, Moscou e Copenhague. A partir daí correntes de pensamentos semelhantes buscaram aplicar ideias estruturalistas no estudo em outras áreas como a antropologia, psicologia, filosofia e literatura.

Especificamente na literatura, diversos estudiosos passaram a buscar sistemas de decomposição que melhor permitissem a análise de textos literários. Nesta linha, surgiram estudos que apresentavam formas de entender as tramas das histórias a partir de padrões que se repetiam entre histórias.

Um dos expoentes do Estruturalismo na Rússia, Vladimir Propp, analisou 100 contos populares e apresentou um modelo morfológico que atenderia a todos eles. Neste modelo analítico, Propp propunha que os personagens destes contos poderiam ser entendidos a partir de sete tipos morfológicos (ou “actantes”, se quisermos utilizar o termo comum na semiótica); e que todos os contos analisados se enquadravam em uma estrutura de 31 partes ou “funções” interconectadas.

O trabalho de Propp foi duramente criticado por diversos pensadores, inclusive Claude Lévi-Strauss, outro expoente do Estruturalismo, mas um fato ficou claro: a análise de textos a partir de seus componentes era uma tendência que era impossível ignorar, e se por um lado seus detratores indicavam falhas que não podem ser ignoradas, por outro lado a abordagem inovadora trouxe

elementos importantes para a compreensão e expansão dos horizontes de críticos e, posteriormente, autores.

OS REFLEXOS DO ESTRUTURALISMO NA CRIAÇÃO LITERÁRIA

O estruturalismo na literatura nasceu como uma escola que buscava ferramentas para melhor analisar obras já construídas. No entanto, dentre os autores uma pergunta inevitável acabou aparecendo: Se posso analisar textos a partir de estruturas, será possível utilizar tais estruturas para orientar o trabalho de produção de um texto?

A resposta apareceu na forma diversas ações promovidas, nas últimas décadas do século XX, por profissionais oriundos principalmente da área de cinema.

Syd Field, roteirista americano com diversos filmes de sucesso em seu currículo, apresenta uma estrutura que é uma evolução das ideias de Gustav Freytag. Na estrutura proposta por Syd Field é ressaltada a importância dos momentos, ou “cenas”, em que a trama muda de rumo, o que ele batiza de “pontos de virada”.

O roteirista registrou esta estrutura, que ele apresenta em suas aulas sobre produção de roteiros, no livro “Manual de Roteiro”. Apesar de esta estrutura ser originalmente voltada para roteiros de cinema, ela pode perfeitamente ser utilizada em obras literárias:

Apresentação do *status quo*: Neste ponto, são apresentados os protagonistas e seu *status quo* atual. Neste ponto não há conflitos, apenas personagens vivendo sua rotina. Por exemplo, “um médico famoso que está sempre nas manchetes”.

Ponto de virada um: Algo acontece que modifica este *status quo*, forçando o personagem a enfrentar uma nova realidade. Por exemplo, o médico chega em casa e descobre que sua esposa foi assassinada e que ele é o principal suspeito. Esta mudança, ou *conflito*, é o coração de todas as boas histórias. O conflito pode ser algo externo, como uma ameaça à vida do personagem ou o sorteio de um grande prêmio em dinheiro, ou interno, como dúvidas sobre o

que fazer na vida após terminar a universidade ou o questionamento dos valores da vida após a morte de um ente querido.

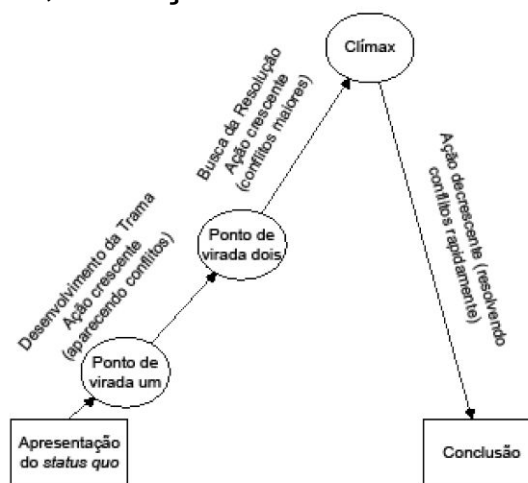
Desenvolvimento da trama: Nesta parte, os resultados do conflito enfrentado no ponto de virada um são vistos em toda sua intensidade e o personagem ainda não se adaptou a eles, sofrendo diversos revezes. Normalmente, é a parte mais demorada do filme ou livro. Por exemplo, o médico foge da polícia e é perseguido implacavelmente.

Ponto de virada dois: Neste ponto, o personagem resolve lutar contra o conflito e resolver sua situação, ao invés de simplesmente sofrer com ela.

Busca da resolução: Neste segundo momento do desenvolvimento da trama, o personagem ativamente busca a solução do problema, o que leva a dificuldades ainda maiores. Por exemplo, o médico para de simplesmente fugir da polícia e passa a tentar descobrir quem foi o verdadeiro assassino, o que o expõe ainda mais e aumenta o risco de ser preso.

Clímax: É quando os conflitos chegam a um ponto máximo (o clímax) para então se resolverem, levando o personagem para um novo *status quo*. Em nossos exemplos, o médico encontra o assassino, revelando toda a trama para culpá-lo e se inocenta.

Conclusão: Parte final da história, bem curta, mostrando o novo status quo do personagem. Em nosso exemplo, o médico resolve clinicar em outro país, começando uma nova vida.



Esta visão do “Manual de Roteiro” nos traz um dos elementos

mais importantes de qualquer história: o conflito. Seja ele interno ou externo, psicológico ou físico, o importante é que sem conflito não há história, pois, como falamos anteriormente, histórias são sobre “algo que aconteceu”.

Rotinas sem mudanças simplesmente não dão boas histórias!

A JORNADA DO HERÓI E A JORNADA DO ESCRITOR

Seguindo a linha original dos estruturalistas e baseado nos estudos de Vladimir Propp e Carl Jung, no final dos anos 40 o psicólogo Joseph Campbell realizou um profundo trabalho de análise de histórias mitológicas de diversos povos, com o intuito de chegar a um conjunto de elementos comuns a todas as histórias.

O resultado foi o livro “O Herói de mil faces”, publicado em 1949, onde além de analisar o conjunto de arquétipos de personagens que aparecem nas histórias mitológicas analisadas, o autor propõe um conjunto de 17 passos comuns a todos os mitos, batizado por ele de “a jornada do herói mitológico”.

O trabalho, apesar de muito interessante, é denso e de difícil absorção por quem não é da área de psicologia, e provavelmente seria pouco conhecido entre roteiristas e escritores se não fosse o trabalho de outro roteirista, Christopher Vogler.

Nos anos 80 Vogler era revisor de roteiros dos estúdios Disney, e ao conhecer o trabalho de Campbell achou que ele poderia ser utilizado para ajudar no trabalho de análise de validação de roteiros, indicando possíveis pontos de melhoria a partir de uma comparação do roteiro analisado com a jornada do herói de Campbell.

Vogler resumiu suas observações em um guia de revisão de roteiros, que ele passou a utilizar em seus trabalhos e em palestras que dava sobre o assunto. O interesse despertado pelo seu trabalho foi grande, e deu origem ao livro “A Jornada do Escritor”, onde Vogler apresenta uma variação do trabalho de Campbell, com 12 passos para análise de roteiros e livros.

A seguir apresentamos, de maneira bastante resumida, a estrutura da Jornada do Herói, conforme a adaptação sugerida por Christopher Vogler:

ATO 1 – APRESENTAÇÃO

Mundo comum: Neste ponto é apresentado o “herói”, o protagonista da história e seu *status quo* – geralmente, uma vida pacata e desinteressante.

Chamado à aventura: Algo interrompe a rotina, oferecendo ao protagonista a chance de uma grande aventura. Esta aventura pode ser algo físico, ou simplesmente uma mudança de comportamento.

Recusa ao chamado: O herói se recusa a atender o chamado, preferindo continuar na sua rotina.

Encontro com o mentor: Todo herói precisa de um mentor, que irá primeiramente prepará-lo e encorajá-lo para a aventura; e posteriormente ajudá-lo em alguns momentos decisivos. Este mentor não precisa ser um personagem, podendo ser representado, por exemplo, por diversos personagens diferentes ou por situações que fazem o personagem refletir e superar seu medo da aventura e os posteriores obstáculos. Por exemplo, é Gandalf em “O senhor dos Anéis”, Obi-Wan-Kenobi em “Guerra nas Estrelas”, ou o senhor Myagi em “Karatê Kid”.

Travessia do primeiro limiar: É o momento em que o herói dá o passo decisivo que o lança à aventura, mudando totalmente sua rotina e não tendo como voltar atrás. Esta travessia corresponde ao primeiro “ponto de virada” do “Manual de Roteiro” de Syd Field. Este passo pode ser espontâneo, por decisão própria do herói, ou forçado por falta de escolhas.

ATO 2 – CONFLITO

Testes, aliados e inimigos: Ao iniciar a aventura, o herói encontra aliados, enfrenta diversas provações e derrota vários inimigos. Este é o “desenvolvimento da trama” de Syd Field e usualmente é onde ocorre a maior parte da ação.

Aproximação do objetivo – segundo limiar: A aproximação do objetivo corresponde ao momento da trama em que o herói se aproxima do quartel-general do inimigo, ou do segundo ponto de onde não haverá mais retorno. Como diversos outros pontos da estrutura da história, este “quartel-general” também pode ser metafórico, como por exemplo a aproximação do final de um prazo dado por terroristas para que determinada reivindicação fosse atendida. Este ponto, que corresponde ao segundo “ponto de

virada” de Syd Field, marca o início de uma etapa mais tensão e de maior incerteza quanto ao sucesso da missão do herói.

Provação suprema: É o clímax da história, quando as provas e a tensão chegam ao máximo. Estas provas podem ser físicas, onde o herói pode enfrentar a morte (e até mesmo morrer, para renascer em seguida), ou psicológicas, como a superação de um medo ou de uma limitação interna do protagonista.

Recompensa: Após o clímax, tudo parece resolvido e o herói recebe sua recompensa – seja ela uma coisa física, como a descoberta do Santo Graal em “A Morte de Arthur” de Thomas Malory, ou uma recompensa psicológica, como a reconciliação com alguém ou, simplesmente, o repouso ao fim de uma guerra.

ATO 3 – RESOLUÇÃO

Caminho de volta: É o momento em que o herói retorna para casa, buscando a paz de sua rotina anterior. No entanto, enquanto ele retorna, um último desafio começa a aparecer, seja através de um ataque final das forças dos antagonistas, seja por uma última circunstância que irá provar se o herói efetivamente aprendeu uma lição com o conflito.

Purificação: É o momento em que o herói passa por uma última prova, enfrentando seus últimos medos e provando que, realmente, todo o conflito por que passou o tornou uma pessoa melhor.

Retorno com o prêmio: É quando o herói consegue finalmente retornar à sua origem, porém não ao *status quo* anterior, pois ele está modificado. O “prêmio” que ele traz poderá ser, novamente, algo físico como o Santo Graal, ou algo psicológico, como um título de nobreza ou simplesmente o fato de ter se tornado uma pessoa melhor.

Vejamos o uso da Jornada do Herói exemplificada em um livro clássico, “O Senhor dos Anéis”, de J.R.R. Tolkien:

ATO 1 – APRESENTAÇÃO

Mundo comum: Frodo, um hobbit inquieto mas pouco afeito a aventuras, vivendo em seu Condado.

Chamado à aventura: Bilbo, o tio de Frodo abandona a vila, deixando um anel misterioso.

Recusa ao chamado: Frodo esconde o anel, sem buscar descobrir o mistério que se esconde por trás dele.

Encontro com o mentor: Gandalf aparece procurando pelo anel, e Frodo é apresentado à aventura que o espera.

Travessia do primeiro limiar: Frodo se vê obrigado a sair do condado com o anel pois está sendo caçado pelos espectros dos antigos reis.

ATO 2 – CONFLITO

Testes, aliados e inimigos: Em “O Senhor dos Anéis” esta etapa corresponde às centenas de páginas são apresentados novos aliados (como os elfos de Rivendell (ou ‘Valfenda’ nas traduções mais recentes), os ents, os cavaleiros e soldados de diversas cidades dos homens de um lado, e orcs, goblins, Saruman e outros inimigos do outro. Os aliados se separam, Gandalf é dado como morto, e a situação parece cada vez mais complicada, pois a cada desafio vencido outro maior se apresenta.

Aproximação do objetivo – segundo limiar: Frodo e Sam conseguem entrar na fortaleza de Sauron, se aproximando do local onde podem destruir o anel.

Provação suprema: Frodo “morre” nas garras de Laracna (uma aranha gigantesca), é resgatado depois por Sam e eles conseguem a duras penas chegar às Câmaras de Fogo para destruir o anel, após um último conflito com Gollum.

Recompensa: Frodo e Sam são resgatados por Gandalf e pelas águias e despertam dias depois em meio a grandes honrarias dos exércitos que participaram da guerra do anel.

ATO 3 – RESOLUÇÃO

Caminho de volta: Frodo e Sam retornam ao condado, e cada aliado na aventura segue seu próprio caminho.

Purificação: Frodo e Sam descobrem que o condado foi dominado por aliados de Sauron e que precisam enfrentar este perigo final sem os poderosos aliados que o ajudaram no resto do livro.

Retorno com o prêmio: Em “O Senhor dos Anéis”, este é o momento da reconstrução, quando são usados presentes de Galadriel e as forças combinadas dos hobbits para reconstruir o Condado e depois quando Frodo parte junto com os elfos para além-mar, em uma nova jornada que pode representar sua ida para o paraíso.

Obviamente, o exemplo acima é uma grande simplificação de uma trilogia de muitas centenas de páginas; mas nosso objetivo aqui é apenas apresentar um exemplo de uso da estrutura da “Jornada do Herói” para análise de um livro.

Por mais interessante que seja, a “jornada do herói” ainda apresenta um certo viés, já que as histórias originalmente utilizadas na análise de Campbell são histórias épicas ou mitológicas, com a forte presença de um herói, o que torna a seu uso para análise de outros tipos de histórias menos natural – embora possível.

Por exemplo, em filmes de comédia o “mentor” pode ser um amigo do solteirão que lhe dá conselhos (bons ou maus), a “aventura” pode ser o vizinho aceitar cuidar dos filhos da vizinha que precisa viajar por uma semana, o “prêmio” pode ser o amadurecimento do personagem, que abandona antigos preconceitos.

Além disso, a Jornada do Herói foi criada como um instrumento para análise de textos, e o próprio Vogler ressalta o risco de, caso seja utilizada como um instrumento de criação, ela leve à criação de histórias ‘pasteurizadas’, sem originalidade.

Haverá uma forma de evitar isso, uma estrutura tão genérica que oriente o autor na criação de seu trabalho o suficiente para ser um elemento útil no planejamento da obra, mas que ao mesmo tempo não limite a liberdade criativa?

É isso o que veremos a seguir!

A JORNADA DO PROTAGONISTA – UMA VISÃO GENÉRICA

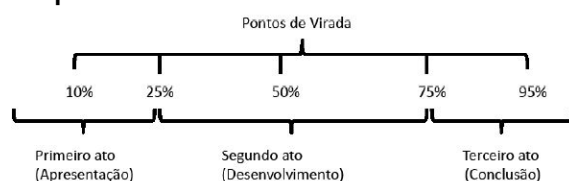
Uma estrutura nunca deve ser vista como uma camisa de força, mas sim como um esqueleto flexível que ajude a história a se sustentar e oriente sua evolução, mas que se adapte a qualquer tipo de história.

Buscando esta visão mais genérica, apresentamos a seguir uma versão que batizamos de “a jornada do protagonista”, que mais facilmente pode ser utilizada para analisar histórias de diversos gêneros e que, como veremos, também pode ser utilizada como um importante elemento de orientação dos esforços criativos do escritor.

Como será usada como apoio para criação de histórias, esta estrutura precisa incluir mais informações que a jornada do herói, como por exemplo o tamanho de cada parte da trama.

A figura a seguir apresenta uma visão gráfica desta ‘jornada do protagonista’, com uma estrutura em três atos, cinco pontos de virada e os percentuais mais comuns em filmes de Hollywood, onde a tensão é crescente e a resolução da questão levantada pela premissa é adiada ao máximo possível:

Vejamos em detalhe cada um dos elementos expressos neste gráfico, antes de nos determos um pouco mais na questão dos percentuais de cada parte.



ATO 1 – APRESENTAÇÃO – 25% INICIAIS DO LIVRO

Vivenciando a rotina (de 0% a 10%): Neste ponto é apresentado o protagonista da história e seu *status quo*. Normalmente também são mostrados aspectos típicos da personalidade personagem – por exemplo, se ele é viciado em trabalho, é mostrado como ele deixa de comparecer a um

compromisso pessoal importante pois precisa resolver algo no trabalho.

1º ponto de virada - Indicação da ruptura (aos 10%): Algo interrompe a rotina, oferecendo ao protagonista a chance de uma grande aventura. Esta aventura poderá ser algo físico, ou simplesmente uma mudança de comportamento.

Recusando o chamado (dos 10% aos 25%): O protagonista, acostumado com sua rotina, não aproveita a oportunidade de mudança. No entanto, sua rotina foi alterada, e ele não consegue retornar a ela: Ou a oportunidade perdida cresce em seu imaginário até que seja impossível recusá-la, ou novos problemas ocorrem que o levam a ser obrigado a aceitar a mudança.

2º ponto de virada - Obrigação se seguir em frente (aos 25%): O que era apenas uma possibilidade de mudança, agora se torna inevitável. Neste ponto de virada ocorre algo (uma decisão, ou algo físico) que faz com que o personagem finalmente saia de sua zona de conforto e enfrente a mudança.

ATO 2 – DESENVOLVIMENTO – DE 25% A 75% DO LIVRO

Lidando com a mudança (dos 25% aos 50%): com a mudança, o protagonista naturalmente enfrenta dificuldades, seja por estar em um território emocional nunca experimentado, seja por estar em um lugar ou vivendo algum tipo de situação que ele não está acostumado. As coisas vão se complicando aos poucos, e cada problema resolvido parece levar a um problema maior, mas o protagonista ainda tenta lidar com as coisas da mesma forma como lidava com sua rotina.

3º ponto de virada – Todas as pontes estão queimadas (aos 50%): Até este momento, o protagonista ainda via a chance de retornar à rotina anterior com um mínimo de mudanças; mas neste ponto algo ocorre que fica claro que não há como tomar outro caminho: ele precisa seguir até o fim para conseguir resolver a mudança que ocorreu em sua rotina.

Vivenciando a mudança (dos 50% aos 75%): Nesta parte, o protagonista assume uma nova postura, encara de frente a mudança e tudo o que ela traz, e usa toda sua energia na

esperança de que consiga logo resolver a situação. No entanto, os problemas (conflitos internos e externos) aumentam cada vez mais, em um crescente de emoções.

4º ponto de virada – Complicações chegam ao extremo (aos 75%): Neste ponto, tudo parece ir contra o protagonista, e não é possível ver nenhuma solução viável para os problemas. Neste momento o protagonista sai de uma posição passiva, de sofrer com os problemas conforme aparecem, para uma posição ativa, de buscar proativamente soluções.

ATO 3 – CONCLUSÃO – DE 75% A 100% DO LIVRO

Resolvendo a mudança (dos 75% aos 95%): Nesta parte ocorre uma escalada de problemas, à medida em que o protagonista se aproxima mais e mais da solução da questão. Como o protagonista enfrenta problemas cada vez mais complexos, a todo momento o leitor espera que ele falhe, e não consegue enxergar como ele finalmente resolverá a questão.

5º ponto de virada – Clímax e resolução (aos 95%): É quando a história chega ao clímax e o problema trazido pela mudança se resolve – de uma forma ou de outra!

Estabelecendo a nova rotina (dos 95% aos 100%): Com o problema resolvido, o protagonista se adapta à nova rotina, que pode ser muito parecida com a anterior mas que invariavelmente será diferente pois tudo o que passou provocou mudanças internas irreversíveis. Neste ponto, o leitor descobre quais foram estas mudanças e repara na diferença como o protagonista lida com as situações da sua rotina.

Seguindo a estrutura sugerida acima, vejamos agora um exemplo completo, ligeiramente baseado no roteiro do filme “Forças do destino”, dirigido por Bronwen Hughes e lançado em 1999.

ATO 1 – APRESENTAÇÃO – 25% INICIAIS DO LIVRO

Vivenciando a rotina (de 0% a 10%): João vai casar em uma semana, e ama sua esposa, embora a ache muito controladora e se sinta desconfortável com isso. No momento, está do outro lado do país, a trabalho.

1º ponto de virada - Indicação da ruptura (aos 10%): O vôo de João sofre uma pane e precisa retornar ao aeroporto. Enquanto se acalma, João confessa a uma bela desconhecida (“Maria”) que precisa viajar mas perdeu a coragem de voar, pelo que Maria sugere que aluguem um carro para cruzar o país.

Recusando o chamado (dos 10% aos 25%): João acha melhor não viajar com uma estranha, ainda mais a uma semana do casamento, e procura diversas alternativas para a viagem.

2º ponto de virada - Obrigação se seguir em frente (aos 25%): João liga para dizer que vai de ônibus, e só vai chegar na noite anterior ao casamento. Sua esposa “surta” porque ele não vai participar do treino da cerimônia, e ele diz que vai dar um jeito de chegar.

ATO 2 – DESENVOLVIMENTO – DE 25% A 75% DO LIVRO

Lidando com a mudança (dos 25% aos 50%): Sem muito dinheiro, João corre atrás de Maria e diz que topa dividir o aluguel de um carro. Enfrentam alguns problemas juntos (como desatolarem o carro de uma poça de lama, embaixo de uma chuva), e no meio do caminho param na casa dos avôs de Maria para passarem a noite, e João sente grande empatia por eles. Maria é bem divertida e cativa João.

3º ponto de virada – Todas as pontes estão queimadas (aos 50%): Ao sair da cidade são perseguidos por um carro de polícia – é Pedro, o ex-namorado de Maria.

Vivenciando a mudança (dos 50% aos 75%): Entre amedrontado e divertido, João e Maria continuam a fuga do policial, trocando de carro e tentando despistá-lo de diversas formas, sem sucesso.

4º ponto de virada – Complicações chegam ao extremo (aos 75%): Quando estão quase terminando a travessia do país, Pedro os alcança.

ATO 3 – CONCLUSÃO – DE 75% A 100% DO LIVRO

Resolvendo a mudança (dos 75% aos 95%): Pedro leva João e Maria presos, sob uma alegação qualquer. Se João passar a noite

na cadeia, perderá o treino para o casamento e, talvez, a noiva. Eles tentam convencer o delegado a deixá-los fazer uma ligação, mas o telefone está mudo e só será consertado no dia seguinte.

5º ponto de virada – Clímax e resolução (aos 95%): Maria usa seu charme e convence o delegado a ligar para sua cidade, pelo celular. O delegado descobre que a prisão dela e de João é indevida, e prende Pedro no lugar deles. João aprende que Maria é divertida, mas louca demais para ele,

Estabelecendo a nova rotina (dos 95% aos 100%): João chega, sujo e bagunçado, mas a tempo do treino para a cerimônia de casamento. Sua noiva, controladora, pergunta em prantos o que aquilo significa. Mais sábio pelo aprendizado, João calmamente diz que passou mil apuros, chegando a ser preso quando tentava chegar a tempo, pois sabia o quanto era importante para ela que ele estivesse ali. Sua noiva percebe que exagerou, e dispensa o treino para ajudá-lo a se recuperar, mostrando que seu amor é mais forte que sua ânsia de ter tudo sob controle.

Como podemos ver por este exemplo, esta estrutura pode ser utilizada para qualquer tipo de história, seja ela uma história de ação, uma comédia ou um drama. O interessante é que como esta estrutura é completamente genérica, é possível usá-la como ferramenta de trabalho sem o risco de podar a sua criatividade.

Vamos falar um pouco mais sobre isso na próxima seção, para podermos ter uma ideia mais precisa de como esta estrutura pode efetivamente ser utilizada como um instrumento de apoio à organização do trabalho do escritor.

VARIAÇÕES POSSÍVEIS DA JORNADA DO PROTAGONISTA

Apesar de ser bastante elaborada, a “jornada do protagonista” é genérica o suficiente para ser útil para qualquer tipo de história.

Obviamente, em histórias mais curtas você pode não ter algumas das etapas da jornada, ou pode ser que determinada etapa seja um simples parágrafo, mas se você analisar bem, poderá encaixar praticamente qualquer filme ou livro dentro desta estrutura.

Esta observação pode parecer forçada, à primeira vista, mas percebemos que ela é verdadeira à medida que toda história é, em sua essência, sobre algo que aconteceu a alguém, e como este alguém lidou com esta mudança. Quando consideramos que o leitor precisa a princípio conhecer o protagonista, e que a grande pergunta da premissa precisa ser respondida – ou seja, a mudança na vida do protagonista precisa ser resolvida, ou assimilada a uma nova rotina – então percebemos que a estrutura apresentada nada mais é que um esqueleto comum a todas as histórias. E, da mesma forma que nos seres humanos, você pode ter uma infinidade de variações mantendo o mesmo esqueleto.

Obviamente sempre haverá experimentalismos como a *Nouvelle Vague* francesa que por sua própria natureza não se encaixarão em nenhum tipo de padrão, mas provavelmente você não encontrará nenhum livro ou filme de sucesso que não siga esta estrutura que apresentamos.

Um ponto que devemos reforçar é que a estrutura será utilizada para montarmos um arcabouço para nosso trabalho, indicando os pontos pelos quais a trama deverá passar em sua evolução e como ela será concluída; mas o autor não deve se prender à estrutura: se à medida que o trabalho evoluir ele perceber que a história pede um novo rumo, basta retornar à prancheta e replanejar a trama daí para frente.

A grande vantagem de estruturar seu trabalho antes de escrever

é que temos uma visão completa da história antes mesmo de começar a escrevê-la, e sempre que quisermos alterar os rumos da história podemos fazê-lo rapidamente, escrevendo poucas frases para cada parte da futura história, ao invés de escrever por diversas semanas até perceber que a trama não está evoluindo conforme esperávamos.

Esta visão geral é um fator de motivação extremamente importante, e para escrever livros motivação é tudo: se você começa a escrever sem se organizar e após 50 páginas perde o rumo, não sabe para onde a história está caminhando, será bem mais difícil de manter-se motivado para continuar a escrevê-la.

Além do conteúdo, outro ponto que muda muito de história para história é o nível de tensão no correr da trama. Em histórias que tenham um componente forte de suspense ou ação, usualmente a tensão é crescente, enquanto em histórias de fundo mais psicológico a tensão pode variar bastante durante todo o correr da trama.

Estes níveis de tensão são refletidos diretamente nos percentuais de tamanho em cada trecho da narrativa. Os percentuais que vimos para a jornada do protagonista, na seção anterior deste capítulo, levam à criação de uma história com tensão crescente até o último momento, quando ocorre o clímax e a situação é finalmente resolvida.

Se pudéssemos desenhar um gráfico que representasse o nível de tensão do leitor com os percentuais sugeridos para a jornada do protagonista, ele seria algo assim:



Em comparação, podemos fazer que a Jornada do Herói sugerida por Christopher Vogler tem o pico de tensão acontecendo antes, em torno dos 80% do livro, como representado a seguir.



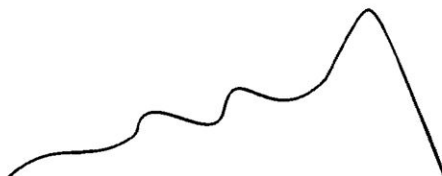
Já a estrutura da trama proposta por Gustav Freytag no século 18 propõe o máximo de tensão no meio da obra:



Conhecendo esta ferramenta, o escritor pode brincar com as emoções do leitor, modificando conscientemente o nível de tensão de sua obra. Por exemplo, ele pode trabalhar com os percentuais da jornada do protagonista para criar algo parecido com a estrutura de Freytag, mas com uma cena suave no olho do furacão, um anticlímax:



Ou, alternativamente, você pode pensar em uma estrutura estilo “montanha russa”, com tensões crescentes entremeadas por cenas mais calmas, com mais reflexão. Neste caso, provavelmente você iria querer incluir outros pontos de virada em sua estrutura, e nosso ‘gráfico de tensão do leitor’ seria algo como:



O uso de um clima de tensão crescente até o final é muito bom para manter os leitores interessados e, além disso, chamar a atenção de possíveis editores interessados em seu trabalho; mas a decisão por usar um modelo ou outro depende inteiramente de cada escritor, e provavelmente irá variar de livro para livro.

O importante é que uma vez que você decida como será a estrutura de sua obra, poderá utilizá-la como uma bússola que vai orientar todo seu trabalho - na próxima seção veremos exatamente como.

DEFINIÇÃO DAS CENAS USANDO A ESTRUTURA DA TRAMA

Não há uma definição unânime sobre as diferenças entre os termos “trama”, “narrativa”, “história”, “enredo”, “*plot*” e outros, que muitas vezes são utilizados como sinônimos. Para efeito deste livro, podemos utilizar a definição da Wikipédia para trama:

“O encadeado de ações executadas ou a executar pelas personagens numa ficção, a fim de criar sentido ou emoção no espectador.”

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Enredo>

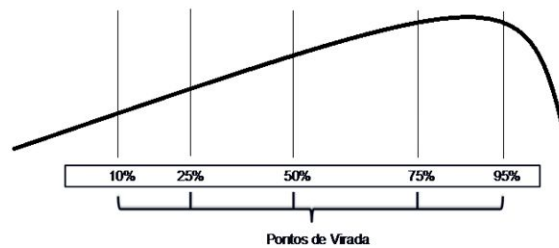
O ponto mais importante é o seu início, que define uma trama como um “encadeado de ações”. Basicamente, isso quer dizer que uma trama é composta por conjuntos de ação-reação (como já pregava Aristóteles, há 2.300 anos...) que se ligam para dar andamento à história.

Pois bem: Cada uma destas “ações” é uma *cena* de seu livro (ou de seu filme, caso você esteja escrevendo um roteiro...). No próximo capítulo iremos detalhar o que exatamente são as cenas e explicar como escrevê-las, por hora pense apenas que uma cena é um “pedacinho” do seu livro, uma ação específica que acontece em um ponto qualquer da evolução da trama; e imagine que “escrever uma cena” seja simplesmente descrever esta ação com poucas palavras.

Uma vez que você tem a premissa, você já sabe sobre o que é sua história. Você já gastou um tempo pensando sobre o que irá escrever, então já tem uma boa ideia dos possíveis rumos da trama. Você também já definiu os personagens, então já sabe quem estará vivenciando esta história.

Agora, com a estrutura da “jornada do protagonista” na mão, com os percentuais devidamente ajustados, e um ou mais pontos de virada incluídos ou excluídos conforme o que você desejar para seu livro, o que você vai fazer é escrever as cenas para cada um dos

pontos de virada.



Estes pontos são essenciais pois é justamente neles que ocorre uma ação específica que muda todo o rumo da história, daí por diante. Quando você define estes pontos, sua história começará a tomar forma em sua mente, e alguns detalhes que você ainda não tinha pensado passam a ser mais claros. Lembrando:

1º ponto de virada - Indicação da ruptura (aos 10%).

2º ponto de virada - Obrigação de seguir em frente (aos 25%)

3º ponto de virada – Todas as pontes estão queimadas (aos 50%)

4º ponto de virada – Complicações chegam ao extremo (aos 75%)

5º ponto de virada – Clímax e resolução (aos 95%)

A partir deste ponto, você poderá escrever mais ou menos cenas conforme o seu paradigma de criação particular. Caso você esteja utilizando o paradigma de “estruturar e escrever”, você irá escrever todas as demais cenas da trama. Se seu estilo é mais próximo do “sentar e escrever”, você não precisa produzir mais nenhuma cena.

Independente do seu paradigma de criação, você irá perceber que definir estas cenas-chave ajuda imensamente na produção de seu trabalho, pois é sempre mais fácil escrever quando se tem uma ideia de para onde estamos andando.

Além disso, esta forma de trabalho tem um poderoso efeito motivacional, já que o autor começa a ter uma ideia dos momentos mais emocionantes de sua trama antes mesmo de começar a escrever.

Vale lembrar que em obras mais sofisticadas não teremos uma, mas diversas tramas que correm em paralelo; falaremos um pouco disso no capítulo sobre revisão do texto.

Quanto às cenas em si, elas podem ser bastante elaboradas,

constituídas por partes bem definidas que orientem o trabalho de criação, ou simplesmente serem curtos lembretes do que acontecerá em cada ponto do livro.

No próximo capítulo conheceremos um pouco mais sobre esta importante ferramenta de criação.

ERROS COMUNS NA FASE DE DEFINIÇÃO DA ESTRUTURA

Os erros mais comuns do escritor na fase de estruturação das tramas são:

Exagerar no detalhamento: O objetivo desta fase é apenas definir os rumos gerais de seu livro, escrevendo cenas, umas poucas linhas para cada capítulo, ou fazendo anotações soltas dos pontos mais importantes por onde a história passará. Resista à tentação de detalhar demais cada capítulo ou a organização das tramas, pois todo este trabalho é apenas uma orientação, um rascunho para a próxima etapa. E como rascunho, ele será jogado fora quando você for escrever os capítulos!

Ater-se demais às estruturas de narrativa: Os exemplos de estrutura que apresentamos neste capítulo são trilhas e não trilhos. Não se prenda a eles e nunca desvie a história do rumo que você acha que ela deveria tomar apenas para que ela se adéque a um destes modelos. Se a história começar a sair muito do planejamento inicial, ótimo – isso quer dizer que seus personagens estão vivos e tomando suas próprias decisões. Neste ponto, volte ao planejamento e redefina as cenas futuras conforme o rumo atual da história, pois não importa que haja mudanças de rumo, o importante é sempre saber qual o rumo atual da trama.

Previsibilidade: Lembre-se da regra de ouro: o final do livro deve ter o máximo de impacto, dando a impressão de que era inevitável e tudo levava a ele... Mas nunca pode ser previsível! Desde esta etapa, quando planejamos a trama, evite dar pistas demais e fuja sempre dos lugares-comuns. O mordomo só pode ser o culpado se ninguém suspeitar dele!

EXERCÍCIO – ESCRREVENDO AS CENAS PRINCIPAIS DE SEU LIVRO

Para efeito deste exercício, vamos considerar que a “cena” é, simplesmente, a descrição de uma ação específica que ocorre na trama. Esta descrição deve ser um parágrafo com poucas linhas, e ser bastante objetiva; no próximo capítulo iremos aprofundar este conceito.

Dica: Ao terminar de escrever cada cena, imagine-a como uma tomada de câmera em um filme – se a câmera precisar mudar de ponto de vista para acompanhar toda a cena, provavelmente você tem duas ações ocorrendo, então retorne e simplifique sua cena.

Utilizando como base a premissa escrita anteriormente e o detalhamento dos personagens realizado, elabore as cenas de cada ponto de virada da história.

A seguir, elabore a cena de abertura da obra e uma cena intermediária, central a cada uma das etapas da ‘jornada do protagonista’.

A **atenção:** Você **não** deve escrever todo o texto de um capítulo, nem se ater a descrições, nem incluir diálogos em suas “cenas”: cada cena é apenas um parágrafo, descrevendo o que ocorrerá naquele ponto específico da história.

Ao terminar, você terá uma visão bem mais clara do que será a sua trama principal, quando a obra estiver completa.

No próximo capítulo veremos um pouco mais de detalhes sobre as cenas, incluindo diversas abordagens que com certeza nos ajudarão no processo de produzi-las.

PRODUÇÃO DAS CENAS

**SOBRE O ELEMENTO BÁSICO DA ESTRUTURA DA TRAMA,
A CENA, ALGUMAS DAS POSSÍVEIS FORMAS PARA SE
ESCREVER UMA CENA, E SOBRE OS ELEMENTOS
ESSENCIAIS DE UMA CENA.**

Pois bem, você está no meio do processo de produção de seu próximo livro.

Primeiramente, você teve uma ideia que julgava valer a pena escrever.

Então, você passou um período maturando esta ideia na cabeça, pensando em suas implicações, até que você chegou a algo mais consistente, o tema de sua história formalizado em uma premissa estruturada.

Ao escrever a premissa, você registrou quem seria o protagonista da história, qual era a rotina desta protagonista, quem ou o que seria seu antagonista, e quais eram os objetivos conflitantes destes dois personagens.

Com isso, sua história começou a tomar forma, e ficou mais claro para você qual é a grande pergunta que o livro irá responder, qual é a questão apresentada ao protagonista no início da obra que irá manter o leitor interessado até a última página.

Neste ponto, você voltou seu olhar para os personagens: quem são? Como vivem? Do que gostam? Porque são como são, e porque tem estes objetivos?

Ao fim da etapa de detalhamento dos personagens, a história começa a tomar uma nova dimensão em sua cabeça, já está praticamente se escrevendo sozinha. Mas se você quer garantir que

a história não perderá o rumo e que você não se desmotivará para escrevê-la, é importante que você tenha uma ideia sobre como a história irá evoluir.

Como vimos no capítulo anterior, uma ferramenta que ajuda bastante neste ponto é a definição de uma visão geral da história, escrevendo algumas linhas que descrevam os pontos cruciais da trama – o que chamamos livremente de “cena”.

Uma vez que estes pontos estejam definidos, se seu paradigma de criação é o “**sentar e escrever**”, você pode efetivamente começar a escrever seguindo uma abordagem mais “livre”, deixando a história fluir naturalmente e deixando que seu subconsciente direcione a narrativa de maneira intuitiva para que ela passe pelos pontos definidos – ou próximo a eles.

Obviamente, esta abordagem é bastante flexível, permitindo que algumas variações inesperadas gerem um resultado muito diferente do planejado inicialmente. Neste caso, os pontos definidos anteriormente são um mero guia para a sua imaginação.

Se você segue o paradigma de “**ir editando enquanto escreve**” o procedimento é o mesmo, com a diferença que você retornará de tempos em tempos para revisar o que escreveu. Independente de fazê-lo em outros momentos, neste caso recomendamos que você realize revisões em cada um dos pontos de virada e outros que você achou por bem incluir em seu esquema inicial.

Se você optou por trabalhar no paradigma de “**detalhamento progressivo**” deverá, neste momento, escrever um resumo da história entre cinco e dez páginas, seguindo a ideia delineada pelas cenas descritas em sua estrutura. A ideia aqui é escrever apenas os principais acontecimentos do livro, registrando ideias a serem posteriormente exploradas. Com este resumo pronto, você retornará a ele, revisará, e produzirá a próxima versão, com mais detalhes, e irá repetir isso até a conclusão da primeira versão.

Já no paradigma de criação “**estruturar e escrever**”, a ideia é que você escreva não apenas as cenas principais da história, mas todas as cenas. A vantagem desta abordagem é que ela permite que você tenha, rapidamente, uma visão sobre como o livro se desenvolverá, podendo então realizar grandes mudanças com um

mínimo de esforço.

Esta abordagem é particularmente útil em romances que pretendem ser *page-flippers*⁵, pois assim é possível balancear as tramas de maneira mais adequada e já começar a imaginar os “ganchos” de suspense ao fim de cada capítulo que tornarão a leitura mais rápida. O comum neste tipo de romance é termos duas tramas em paralelo, uma apresentando os protagonistas e outra os antagonistas; embora existam variações.

Experiência pessoal: Em “O Nome da Águia” há duas tramas neste formato no tempo presente, entremeadas com capítulos de uma terceira trama, que mostra fatos históricos que embasam as tramas do presente e que, em seu último capítulo, se relaciona com o início das duas demais tramas. A primeira versão do livro tinha curtas descrições para cada cena, sendo uma versão simplificada da história que ocupava 15 páginas de texto.

Uma vez definidas as cenas, você já tem um guia muito mais preciso para escrever seus capítulos, garantindo uma coesão mais forte e diminuindo a chance de divagações que não agregariam valor à história. Isso não quer dizer que você não tem mais flexibilidade deste ponto em diante pois ao escrever os capítulos novos desafios e novas ideias surgirão.

As cenas são elementos importantes no processo de criação pois, independente do paradigma de criação que você trabalha, você perceberá que conceitos básicos sobre a produção de cenas guiarão o posterior processo de escrita dos capítulos, como os conceitos de ponto de vista e de ação-reação.

O PONTO DE VISTA - ELEMENTO ESSENCIAL DA NARRATIVA

Independente de utilizar a estruturação por cenas quando está produzindo sua obra, todo autor deve saber escolher e utilizar o ponto de vista da narração.

O Ponto de Vista (PDV) é o que guia toda a produção do texto, indicando ao autor o que é possível e o que não é possível ser descrito pelo narrador. Veremos diversos exemplos para deixar este ponto claro, por enquanto basta entender que o ponto de vista é como se fosse uma câmera: se ele está “apontando” para dois personagens que estão dentro de uma sala, não pode, ao mesmo tempo, descrever algo que ocorre na sala ao lado.

O ponto de vista pode ser:

- Primeira pessoa: O ponto de vista de um personagem específico.
- Terceira pessoa restrita: Um ponto de vista que não é de nenhuma personagem, mas é restrito dentro de uma cena.
- Terceira pessoa irrestrita ou onisciente: Um ponto de vista que consegue ‘enxergar’ diversos locais e cenas ao mesmo tempo, difícil de ser utilizado sem provocar confusão na cabeça dos leitores.

PDV DE PRIMEIRA PESSOA

O ponto de vista em primeira pessoa é mais facilmente entendido quando se imagina que o narrador está “dentro da cabeça” do personagem protagonista da cena, e portanto só pode ver, ouvir e sentir o que aquele personagem vê, ouve e sente. Além disso, o narrador é capaz de “escutar” os pensamentos do personagem, mas apenas os dele.

Um exemplo recente de sucesso, e excepcionalmente bem escrito, são os livros da série “Crônicas de Gelo e de Fogo” de George R. R. Martin. Nos livros desta série, o título de cada capítulo

se refere ao personagem cujo PDV será usado pelo narrador naquele capítulo. É curioso ver que nos capítulos narrados por Sansa, uma jovem romântica e superficial, a narração se detém mais longamente nos brilhos das armaduras do que no sangue das espadas; enquanto nos capítulos narrados por Tyrion, um anão extremamente inteligente e sarcástico, a narração se foca em pontos práticos e em análises utilitárias de cada situação.

Estes livros também exemplificam um ponto importante: toda a narrativa é realizada em terceira pessoa, deixando claro que um PDV em primeira pessoa **não** é a mesma coisa que um narrador em primeira pessoa. Vejamos um exemplo de um mesmo trecho de texto, ambos narrados com o PDV em primeira pessoa, com narração em primeira e terceira pessoas.

PDV em primeira pessoa, com narração em primeira pessoa:

“Aproximei-me da janela e olhei para baixo. A chuva desenhava pequenos rios dourados pelo sol poente, numa profusão de luz líquida que contrastava com a escuridão que crescia dentro de mim.

‘Como ela pôde fazer isso comigo? Depois de todos estes anos... Eu nunca acreditei que ela seria capaz!...’

O ruído da porta se abrindo chamou minha atenção. Supondo ser o próximo cliente, virei-me despreocupadamente e quase caí com a surpresa.”

PDV em primeira pessoa, com narração em terceira pessoa:

“Ele se aproximou da janela e olhou para baixo. A chuva desenhava pequenos rios dourados pelo sol poente, numa profusão de luz líquida que contrastava com a escuridão que crescia dentro de si.

‘Como ela pôde fazer isso comigo? Depois de todos estes anos... Eu nunca acreditei que ela seria capaz!...’

O ruído da porta se abrindo chamou sua atenção. Supondo ser o próximo cliente, virou-se despreocupadamente e quase caiu com a surpresa.”

Em ambos os casos, como o PDV é em primeira pessoa, o narrador não tem como saber quem abriu a porta atrás do personagem, apenas relatar que ouviu um barulho. Da mesma

forma, o pensamento do personagem pode aparecer sem problemas pois o PDV está, afinal, dentro da cabeça dele.

Outro detalhe interessante é que ao ver uma bela cena através da janela o narrador faz o contraste do que o personagem vê com o que ele sente. O detalhe é que quem acha que há “uma escuridão crescendo dentro de si” é o personagem, e qualquer narração que aparece segue sempre os sentidos e os sentimentos deste personagem. Vejamos agora alguns erros de ponto de vista, para que este importante conceito fique ainda mais claro:

PDV em primeira pessoa, com narração em terceira pessoa, com erros:

“Ele se aproximou da janela e olhou para baixo. A chuva desenhava pequenos rios dourados pelo sol poente, numa profusão de luz líquida que contrastava com a escuridão que crescia dentro de si.

‘Como ela pôde fazer isso comigo? Depois de todos estes anos... Eu nunca acreditei que ela seria capaz!...’

Sua esposa abriu a porta atrás dele, e o ruído da porta se abrindo chamou sua atenção. Supondo ser o próximo cliente, virou-se despreocupadamente e quase caiu com a surpresa.

‘Será que ele me perdoou?’ pensou sua esposa.”

No trecho acima, o personagem (e, portanto, o narrador que está com PDV em primeira pessoa) não poderia ver quem abriu a porta, e muito menos saber o que esta pessoa pensava, então este tipo de construção é considerado um erro neste tipo de PDV.

Mas não seria possível incluir pensamentos de diversas pessoas na mesma cena?

Em teoria sim, utilizando o PDV em terceira pessoa onisciente, do qual falaremos em breve. No entanto, vale ressaltar que este tipo de PDV é bem mais difícil de ser utilizado sem gerar confusões na cabeça do leitor.

Reveja os exemplos anteriores e verifique que quando a narração fala de sentimentos ou quando é expresso um pensamento, fica claro para o leitor que se trata de sentimentos e pensamentos do protagonista da cena, tanto que o pensamento é integrado à narração sem necessidade de algum tipo de descritivo

como “Fulano pensou:”.

Releia o trecho com erro e o trecho anterior com atenção, e você irá perceber que o trecho sem erros de PDV é mais claro e, inclusive, mais interessante para o leitor.

Vejamos, então, outros pontos de vista que podemos utilizar em nossas cenas.

PDV DE TERCEIRA PESSOA RESTRITA

No PDV de terceira pessoa restrita o narrador é como se fosse uma terceira pessoa que vê, ouve e sente por conta própria, mas que ainda é restrito pelas mesmas limitações dos personagens em cena. Para todos os efeitos, ele é como um personagem invisível que descrevesse suas impressões de cada cena.

O trecho que vimos anteriormente, se estivesse com um ponto de vista em terceira pessoa, seria algo como:

PDV em terceira pessoa restrita, com narração em terceira pessoa:

“Ele se aproximou da janela e olhou para baixo. O sol poente iluminava a janela, apesar de uma fina chuva desenhar pequenos rios brilhantes no vidro.

Seus ombros se abaixaram e seu rosto se contraiu em uma expressão pesada, denunciando pensamentos dolorosos. Por um instante pareceu que ia murmurar algo, mas sua linha de pensamento foi interrompida pelo ruído da porta se abrindo.

Voltou-se, já esboçando um sorriso de cortesia, quando seus olhos cruzaram com os de sua esposa, parada à porta. Sua surpresa foi perceptível, e colocou a mão no encosto da cadeira próxima, como que para se apoiar.”

Perceba que neste trecho o narrador não tem acesso aos pensamentos de nenhum personagem, sendo obrigado a inferir as emoções e pensamentos a partir de sua postura corporal, gestos e expressões faciais.

Outro ponto interessante de se destacar é que, neste PDV, o narrador descreve as cenas conforme as suas impressões. Isso não quer dizer que a narrativa precisa ser impessoal, mas simplesmente que ela expressará, digamos, ‘a voz do autor’. Sendo consistente

durante toda a obra, a narrativa pode usar de metáforas ou não, ser carregada de comentários sarcásticos ou rasgos poéticos, ou qualquer voz específica que o autor queira imprimir à narração do romance, não há erro nisso.

Os erros do PDV de primeira pessoa também se aplicam ao PDV de terceira pessoa restrita: o narrador só pode descrever a cena de seu ponto de vista restrito. Por exemplo, no trecho que estamos usando como exemplo o narrador poderia ver a esposa quando ela entrou na sala, mas nunca antes que ela entrasse. Para deixar mais claro este ponto, veja a seguinte variação do mesmo trecho.

PDV em terceira pessoa restrita, com narração em terceira pessoa, segunda alternativa:

“Ele se aproximou da janela e olhou para baixo. O sol poente iluminava a janela, apesar de uma fina chuva desenhar pequenos rios brilhantes no vidro. Seus ombros se abaixaram e seu rosto se contraiu em uma expressão pesada, denunciando pensamentos dolorosos.

Atrás dele, a maçaneta da porta começou a girar lentamente, como se quem estivesse entrando relutasse em abri-la.

No instante em que ele começava a murmurar seus pensamentos, ainda com os olhos baixos, a maçaneta terminou seu giro com um ‘c/ec’. Assumindo sua postura profissional, ele se virou com um falso sorriso de cortesia - que se congelou quando seu olhar cruzou com o da esposa.

Não conseguiu disfarçar a surpresa, e colocou a mão no encosto da cadeira próxima, como se temesse perder o equilíbrio.”

Perceba que há inúmeras variações possíveis para o texto final que registra a mesma cena, cada uma com seus méritos.

Continuemos com o próximo tipo de PDV.

PDV DE TERCEIRA PESSOA ONISCIENTE

O narrador do PDV de terceira pessoa onisciente é, na falta de palavra melhor, Deus, pelo menos no que tange à sua capacidade de observar os personagens. Desta forma, ele pode estar em diversos locais ao mesmo tempo, ver o pensamento e sentimentos de todos os personagens.

A princípio usar este PDV pode parecer libertador, mas a verdade é que há poucos casos de autores que utilizam este PDV sem cometerem erros.

Cabe, aqui, uma breve definição: “Erro”, dentro da criação literária, é inadvertidamente gerar algo que seja confuso para o leitor, algo que o leitor “sinta que não está certo”. Embora esta definição pareça por demais subjetiva, ela é o único critério sério para a definição de erros em texto: se soa mal para o leitor, está errado, se o leitor entende bem a mensagem do autor e gosta da forma como ela está expressa, não há erro. Que me crucifiquem críticos e gramáticos, mas escrevo para leitores!

Pois bem, voltemos ao nosso texto e vejamos uma possível abordagem para escrevê-lo a partir de um PDV de terceira pessoa onisciente:

PDV em terceira pessoa onisciente, com narração em terceira pessoa:

“Ele se aproximou da janela e olhou para baixo. O sol poente iluminava a janela, apesar de uma fina chuva desenhar pequenos rios brilhantes no vidro.

‘Como ela pôde fazer isso comigo? Depois de todos estes anos... Eu nunca acreditei que ela seria capaz!...’

Do lado de fora da sala, sua esposa pousou a mão na maçaneta, hesitando em abrir a porta.

‘Eu não tive alternativa, ele precisa entender isso... Droga, ele deve estar me odiando agora. Como fazê-lo entender?’

Ainda sem certeza se deveria prosseguir, ela girou a maçaneta, lentamente.

Ele ainda estava perdido em negros pensamentos quando a porta se abriu com um ruído.

Por um instante, ela viu o sorriso dele e se encheu de esperança, mas logo o sorriso se congelou.

Ele não esperava vê-la ali, e a surpresa quase fez com que perdesse o equilíbrio e caísse.”

Perceba que no caso do PDV em terceira pessoa onisciente a narrativa pode saltar dos pensamentos de um personagem para os de outro ou de um ambiente para outro, sem restrições. A sensação

que o leitor tem é de estar assistindo a um filme onde a câmera salta de um lado para outro mais vezes do que devia, o que pode gerar algum desconforto se não for bem trabalhado pelo autor.

Um ponto crucial não pode ser esquecido é que o narrador é uma *terceira pessoa*, ou seja, não é nenhum dos personagens do livro. Desta forma, apesar de ele poder descrever os pensamentos e sentimentos dos personagens, a forma de contar a história é sua. O narrador precisa ter uma ‘voz única’ durante toda a obra, o seu jeito particular de contar a história, e não mudar de estilo conforme o personagem que protagoniza cada cena.

Para concluir o estudo de pontos de vista, vale lembrar que o ponto de vista pode variar no correr do livro.

Podemos, por exemplo, ter cada capítulo descrito através de um PDV de terceira pessoa restrita, como no caso das obras da série “crônicas de Gelo e de Fogo”, de George R. R. Martin.

Outra possibilidade seria escrevermos cenas ou capítulos em um PDV de primeira pessoa, e termos outros escritos em PDV de terceira pessoa onisciente, mostrando partes da trama onde o protagonista da história não está presente.

Independente da escolha ao autor, o importante é que ele esteja consciente de sua escolha e das limitações de cada tipo de PDV, o que permitirá que ele produza um texto mais coeso, menos confuso e mais agradável para o leitor.

ESTRUTURA DAS CENAS

A cena é a unidade dramática, o átomo das tramas de um livro. Cada capítulo usualmente contém diversas cenas.

A cena é uma ferramenta de criação tão poderosa que diversos profissionais sugerem que, ao organizar a estrutura do livro, não se divida o texto em capítulos, mas em cenas e depois se pense como organizá-las em capítulos. Outros sugerem que se pense nos capítulos como conjuntos de cenas, e se pense primeiro nestes conjuntos antes de detalhar cena a cena seu conteúdo. De qualquer forma, a cena é um elemento essencial na etapa de elaboração das tramas.

Na prática, as duas abordagens são eficientes, cabe ao escritor escolher a qual delas ele se adapta melhor.

Alguns autores, como James Patterson e Stieg Larsson seguem a abordagem de escrever o texto por cenas tão ao pé da letra que chegam a separar as cenas dentro de um capítulo por linhas em branco. Em outros autores o limite entre cenas não é tão claro, mas de qualquer forma os pontos que apresentaremos aqui sobre a criação de cenas podem ser vistos nos textos publicados de qualquer autor profissional.

Há diversas visões sobre o que é e sobre como se estrutura uma cena, mas todas cenas têm alguns elementos em comum:

- Unidade:** Uma cena é uma unidade de ação, algo que ocorre dentro da trama e que só tem dois possíveis propósitos: levar a trama adiante, deixando o protagonista da cena mais próximo ou mais distante de seus objetivos, ou aprofundar o personagem para os leitores. Há alguns critérios simples que delimitam o fim de uma cena: haverá mudança de cena sempre que houver alteração no tempo da cena (por exemplo, para passar de uma ação que acontece pela manhã para as consequências desta ação pela tarde são necessárias duas cenas); sempre que houver mudança de

ponto de vista (por exemplo, uma ação que estava sendo descrita pelo PDV de um personagem que é morto, ao continuar a ser descrita pelo PDV de outro personagem, passa a ser outra cena); e sempre que houver mudança de lugar, desde que o PDV não esteja em movimento (por exemplo, o diálogo do protagonista da cena (que define o PDV) andando de um cômodo para outro da casa pode ser incluído em apenas uma cena, mas se a ação “salta” do personagem conversando em uma sala para tomando banho e pensando sobre o diálogo, houve mudança de cena.

•**Protagonista:** Toda cena tem um protagonista, que é o personagem que executa a ação na cena. Os protagonistas das cenas são, em sua maioria, os protagonistas da história, mas o autor deve ter claro em sua mente que nem sempre eles precisam ser os mesmos.

•**PDV:** O ponto de vista da cena, que pode ser registrado junto com a descrição da cena mas que efetivamente só será utilizado quando escrevendo o texto final baseado na cena.

A maneira mais simples de descrever uma cena é simplesmente incluir uma frase que descreva a ação específica que acontece naquele ponto do livro. Por exemplo:

Exemplo de cena simples:

“Ele olhava pela janela quando sua esposa o surpreendeu ao entrar no escritório.”

Veja que a cena é um lembrete para o autor do que acontecerá naquele ponto do livro, sendo apenas um instrumento para organizar suas ideias, sem grandes detalhes. Quando o autor for escrever o texto definitivo, as cenas serão apagadas, pois perderão sua utilidade.

Uma segunda visão da cena sugere que a cada ação descrita haja uma reação interior, o resultado emocional da ação no protagonista da cena. O conjunto ação-reação nem sempre precisa estar presente no texto final que será produzido a partir de cada cena, mas este mecanismo de planejar a reação do personagem a cada ação que ocorre é uma poderosa ferramenta de apoio ao trabalho do escritor. Um exemplo de uma cena deste tipo seria:

Exemplo de cena do tipo ação-reação:

Ação: Ele olhava pela janela quando sua esposa o surpreendeu ao entrar no escritório.

Reação: Ele não esperava vê-la, e ficou desconcertado.

Vale lembrar que algumas cenas podem ter um foco maior na ação, ou seja, o texto final de sua escrita será fortemente voltado para a etapa de ação; enquanto outras a ação será mera desculpa para um longo texto a ser produzido como reação. Vejamos um exemplo de uma cena com foco maior na reação é:

Exemplo de cena do tipo ação-reação:

Ação: Luís andava pela rua quando sentiu o cheiro de ovos mexidos.

Reação: O cheiro o levou a lembrar da infância, do carinho que sua mãe tinha ao acordá-lo pela manhã, tão diferente do despertar que teve naquele dia.

Uma das abordagens mais completas na construção de cenas divide a cena em duas partes, a ação e a reflexão, cada uma delas com diversos componentes. Segundo esta visão, podemos dizer que uma cena envolve:

- **Um objetivo:** o que o protagonista deseja alcançar até o fim da cena.

- **Um obstáculo:** algo que atrapalha o protagonista no atendimento de seu objetivo e que deve ser superado dentro da cena.

- **Um resultado:** é o resultado imediato da cena, onde o protagonista pode ou não atingir seu objetivo. Este resultado pode ser um aprendizado, uma premiação, ou simplesmente uma pequena vitória que deixa o protagonista mais próximo de seus objetivos, apesar de normalmente deixá-lo divisar obstáculos maiores à frente.

Além disso, a cena possui uma parte de reflexão, que basicamente é o impacto que a cena causa no seu protagonista e que o leva a evoluir em direção ao final do livro. A etapa da reflexão da cena pode ser dividida em três partes:

- **Uma reflexão:** o que o protagonista sentiu ou pensou a respeito dos fatos que ocorreram na cena.

• **Um dilema:** A pergunta que o protagonista se faz quando reflete sobre os fatos que ocorreram na cena e as dúvidas que eles lhe suscitam sobre que rumo tomar a partir dali.

• **Uma decisão:** A decisão do protagonista em relação ao dilema que lhe foi apresentado, e que o leva à cena seguinte.

A vantagem de trabalhar com uma estrutura de cena tão sofisticada é que preencher todos estes detalhes ajuda o autor a organizar melhor suas ideias e aprofundar um pouco mais os personagens, diminuindo o risco, por exemplo, de criar cenas altamente focadas em ação, sem espaço para que os personagens evoluam dentro da trama.

O exemplo que temos utilizado no correr deste capítulo seria representado nesta estrutura da seguinte forma:

Exemplo de cena do tipo ação-reflexão estruturada:

Ação:

- **Objetivo:** Ele quer refletir sobre seu problema com a esposa.
- **Obstáculo:** Alguém o interrompe, entrando no escritório.
- **Resultado:** Todas suas reflexões se interrompem pois quem entrou é sua esposa.

Reflexão:

- **Reflexão:** Como ela tem coragem de aparecer depois de tudo?
- **Dilema:** O que faço? Escuto o que tem a dizer ou a expulso daqui?
- **Decisão:** Esperar para ver o que ela tem a dizer.

Veja bem que, seja a cena descrita em uma linha ou através de uma estrutura elaborada, ela é apenas um guia para o autor. O texto das descrições das cenas é apenas para os olhos do autor, não para os do leitor, pois quando o autor passa para a próxima etapa – escrever a primeira versão do texto final – este texto poderá ser descartado, uma vez que já cumpriu sua finalidade.

Por questão de didática, neste capítulo vimos primeiro alguns textos de cenas antes de falarmos das possíveis formas de se definir uma cena. Na prática, o autor irá escrever as cenas principais de sua trama, a seguir as cenas de apoio, na ordem que desejar, até que tenha o conjunto completo de cenas para seu livro.

Uma vez que a produção das cenas estiver pronta, o escritor vai

finalmente escrever a primeira versão do texto, seguindo a orientação preparada por ele para cada cena.

A grande vantagem de se produzir primeiro as cenas é que o autor rapidamente consegue ter uma visão geral de como será sua obra, podendo trocar cenas de ordem, incluir novas cenas, redefinir os rumos da trama principal e incluir tramas paralelas, com o mínimo de texto. Isso dá uma grande agilidade ao processo de criação, motivando o autor e permitindo que ele tire o máximo de sua criatividade ao explorar diversas alternativas antes mesmo de iniciar a produção do texto.

Dica: A abordagem estruturalista de dividir o texto por cenas pode parecer cansativa à primeira vista, mas na prática ela ajuda o escritor a organizar seu pensamento, diminuindo muito ou evitando totalmente os famosos “brancos”, quando o escritor não sabe como prosseguir seu trabalho.

No próximo capítulo falaremos sobre o próximo passo, quando você finalmente transforma suas anotações na primeira versão do texto.

ERROS COMUNS NA FASE DE DEFINIÇÃO DAS CENAS

Os erros mais comuns do escritor na fase de definição das cenas são:

Prender-se demais à estrutura da cena: Principalmente ao escrever as cenas usando o modelo de ação-reflexão estruturada, rapidamente se descobre que nem toda a cena possui todos os elementos. É possível, sim, “adaptar” nossas cenas para que todas tenham obstáculos, e que todas reflexões envolvam dilemas, mas ao fazer isso acabamos produzindo uma estrutura que não nos convence como autores, e que pode levar a um resultado que também não convence os leitores.

Não definir o PDV: Provavelmente o elemento mais importante da definição da cena é o PDV. Lembre-se que será através dos olhos e ouvidos do personagem que tem o PDV que você irá escrever a cena. Por exemplo, uma cena em que um dos personagens desmaia no meio da ação nunca poderia ser descrita do ponto de vista deste personagem – exceto se fosse interrompida exatamente no momento em que ele cai na inconsciência. O PDV pode mudar de cena para cena, sem restrições (desde que faça sentido dentro do livro...), mas nunca mude o PDV no meio da cena ou esqueça de definir um PDV, pois este é um dos erros mais comuns e que tem o potencial de gerar, mais para frente, um texto confuso.

Não manter a unidade da cena: Manter a unidade de cada cena, em um primeiro momento, pode parecer difícil. Lembre-se: Uma cena é uma “unidade de ação”, e se mudar o PDV, o local ou o tempo em que a ação decorre, temos uma nova cena. Ter cenas que descrevem uma unidade de ação não só ajuda a gerar um resultado final mais estruturado, com uma história mais coesa, mas também ajuda a garantir o ritmo entre cenas, evitando cenas muito longas ou muito curtas. Além disso, garantindo a unidade das cenas, com o tempo você conseguirá ter uma ideia de qual o tamanho médio, em palavras, de suas cenas, o que permitirá estimar o tamanho do livro já no fim da etapa da definição das cenas. Esta estimativa pode ser muito útil não só no caso de livros encomendados por editoras (que muitas vezes limitam o tamanho desejado para a obra), mas também para que o próprio autor não caia no erro de escrever uma obra de 500 páginas quando queria produzir algo em torno de 200.

EXERCÍCIO – ESCRREVENDO AS CENAS DE SEU LIVRO

Agora que você conhece bem o que é uma cena, escolha o formato que mais lhe parece natural e retorne à estrutura definida para sua história, criada no capítulo anterior.

Reveja e reescreva as cenas que você produziu no exercício do capítulo anterior, sobre a estrutura básica de seu texto: a cena de abertura, a cena do ponto de virada e pelo menos uma cena intermediária entre cada uma destas cenas.

Atenção: lembre-se que “escrever a cena” ainda não é escrever o texto de seu livro, é apenas descrever a ação que ocorrerá naquele ponto do livro, utilizando o formato para descrição de cenas de sua escolha. Não aparecem aqui descrições de ambiente ou de personagens, diálogos, nem nada parecido; e se você estiver utilizando um formato estruturado de cena, cada cena será apenas um título com uma lista de tópicos associados.

Não se esqueça dos atributos essenciais de cada cena, e em sua revisão confirme que cada cena é um elemento de ação distinto, ou seja, não há mudança de protagonista, de local ou de tempo em que a cena ocorre.

Defina também para cada cena, fazendo uma anotação junto ao texto, qual será o protagonista da cena e qual o PDV que será utilizado na produção do texto.

Caso você esteja acompanhando cada exercício com o intuito de escrever um livro, o ideal é que neste ponto você escreva todas as cenas do livro, e não apenas estas cenas principais.

Não há fórmula nem padrão para determinar a quantidade de cenas que um livro pode conter, uma vez que o texto final de uma cena pode ser de alguns parágrafos ou algumas poucas páginas. A regra básica para esta produção é: só pare de incluir novas cenas quando você sentir que todas as pontas soltas da história estão

amarradas, não há “saltos” entre as ações e, ao ler sua lista de cenas, você já consiga ter uma visão geral e completa do que será sua obra.

Experiência pessoal: Meu mais recente trabalho, um romance juvenil, foi organizado em 91 cenas que se converteram em 68.500 palavras (aproximadamente 210 páginas). Vale dizer que estes números não devem ser tomados como nenhum padrão: há autores que, para a mesma quantidade de palavras, teriam facilmente escrito o dobro de cenas.

No próximo capítulo veremos um como passar das cenas para a primeira versão de seu texto.

5. *Page-flipper* ou *Page-turner* é o termo em inglês para romances escritos de forma a tornar sua leitura rápida e viciante. Literalmente, o termo pode ser traduzido como “viradores de páginas”

ESCREVENDO A PRIMEIRA VERSÃO DE SEU LIVRO

SOBRE AS LINHAS GERAIS QUE O AUTOR DEVE SEGUIR AO TRANSFORMAR SUA LISTA DE CENAS NA PRIMEIRA VERSÃO DE SEU TEXTO OU ROTEIRO.

Caso você esteja seguindo estritamente a abordagem ‘estruturar e escrever’ para produzir sua obra, você terá em mãos neste momento algumas poucas páginas contendo títulos ou números das cenas e uma curta descrição do que ocorre em cada cena, de forma estruturada ou não. Se qualquer forma, a estrutura geral da obra já estará pronta e você terá uma ideia bastante precisa sobre o trabalho como um todo, sendo inclusive capaz de dar uma boa estimativa sobre o tamanho final que terá o livro.

As cenas são o esqueleto da história, o arcabouço sobre o qual o texto será escrito e devem ser criadas na forma de tópicos. Ao escrever cada cena, o escritor lê o que foi previsto para aquela cena e, aí sim, produz a primeira versão de seu texto.

Esta organização por cenas, utilizada no método de estruturar e escrever, permite que o autor escreva a primeira versão de seu texto em qualquer ordem. É possível, por exemplo, escrever primeiramente as cenas de uma trama, e depois as de outra, e assim por diante, o que é especialmente útil quando há vozes diferentes em cada trama.

Um bom exemplo de como isso pode ser útil está nos livros da série “Crônicas de Gelo e de Fogo – A Guerra dos Tronos”, de George R. R. Martin: cada trama é contada a partir do ponto de vista de um personagem diferente, com detalhes sutis na voz narrativa

que nascem da personalidade de cada personagem. Ora, se o autor escrevesse os capítulos na ordem de leitura, ao início de cada capítulo ele precisaria parar, lembrar como é a voz do personagem, “entrar no clima” e começar a escrever, o que aumentaria a chance de erros. Realizando o planejamento prévio das cenas, o autor pode escrever todos os capítulos do personagem “A”, depois todos os capítulos do personagem “B”, e assim por diante, sem correr o risco de as ações de cada trama perderem a sincronia.

Outra vantagem de podermos escrever as cenas em qualquer ordem é a possibilidade de mantermos a homogeneidade na qualidade dos capítulos desde a primeira versão. O problema de falta de um padrão na qualidade no correr da obra é inerente ao processo de criação: o autor aperfeiçoa seu estilo e conhece melhor os personagens na medida em que a trama avança, o que faz com que o final do livro, quando se conclui a primeira versão, seja mais bem escrito que o início do livro. Se o autor escreve as cenas de forma salteada, esta diferença é menos perceptível e as revisões seguintes se tornam mais simples.

Se, por outro lado, você está utilizando algum dos outros paradigmas de criação, você não terá uma lista de cenas, mas apenas uma ideia mais ou menos precisa dos rumos a seguir para realizar a primeira versão. Ao invés de exercitar sua liberdade no momento da criação da estrutura da trama, você irá fazê-lo agora, na produção do texto. De qualquer forma, se você construiu uma premissa adequada e definiu bem as personalidades e objetivos de cada personagem, estes pontos o ajudarão a guiar a trama, e corrigir o rumo sempre que necessário.

Independente do paradigma de criação utilizado, existem algumas técnicas que podem ser seguidas no momento da escrita da primeira versão que ajudam a tornar a leitura mais fácil e ágil.

Além disso, este é o momento em que você escolherá o nível de detalhamento nas descrições de cenários, personagens e outros detalhes de sua obra, o que vai impactar diretamente na quantidade de pesquisa complementar que será necessária.

Neste capítulo listamos dicas variadas que o autor deve ter em

mente quando produzindo a primeira versão do texto – sem esquecer que muito ainda será complementado na etapa de revisões.

Algumas destas sugestões podem ser encontradas em manuais de redação, outras já foram mencionadas de passagem quando falamos da construção das tramas, e há ainda diversas outras que podem ser colhidas de outros livros sobre criação literária, de entrevistas com autores, e outras fontes mais.

A lista de dicas para melhorar sua escrita é infindável, de forma que as que mencionamos aqui devem ser consideradas apenas um ponto de partida, um lembrete para alguns pontos que podem parecer óbvios, mas que na prática são esquecidos por muitos escritores.

Faça sua própria lista de pequenas virtudes a serem seguidas e dos vícios a serem evitados quando escrevendo. Não deixe de registrar suas impressões, pois objetivar estes pontos faz com que seja mais fácil aplicar os primeiros e evitar os últimos em seu texto.

Por fim, lembre-se que esta é uma lista viva: deixe-a visível, sempre, junto ao seu local de trabalho, e adquira o hábito de revê-la de tempos em tempos, relembrando suas dicas, incluindo novas e apagando as que não fizerem mais sentido.

Afinal, como em qualquer profissão, o escritor precisa estar continuamente procurando formas de melhorar seu trabalho.

CRIANDO UM TEXTO MAIS ÁGIL

Independente da agilidade que nasce naturalmente da estruturação do texto em cenas, há diversas técnicas que podem ser utilizadas para tornar seu texto mais dinâmico.

Começamos pelo tamanho dos capítulos e frases. A primeira regra, óbvia mas nem sempre lembrada por quem quer dar agilidade à leitura de seu texto, é que capítulos curtos são lidos mais rapidamente e com mais entusiasmo, que capítulos longos. O mesmo se aplica a frases e parágrafos.

Ao se deparar com frases mais longas, o leitor irá aos poucos diminuindo a velocidade de leitura, pois a apreensão do significado de frases maiores demanda um pouco mais de atenção. Considerando que cada parágrafo representa uma ideia no texto; parágrafos longos têm o mesmo efeito de diminuir a velocidade de leitura e torná-la mais cansativa, ao exigir mais atenção do leitor.

Não há uma regra para o tamanho ideal de frases e parágrafos, mas usualmente frases com mais de cinquenta palavras e parágrafos com mais de dez linhas já são cansativos.

No caso dos capítulos há também um fator psicológico associado à própria estrutura da obra: como cada capítulo se encerra com a conclusão de uma parte da trama, normalmente com ganchos para os capítulos seguintes, ao ler capítulos mais curtos estas “conclusões intermediárias” são atingidas rapidamente, promovendo a sensação de uma obra mais dinâmica, onde as tramas se desenvolvem rapidamente. Um capítulo curto seria um capítulo com no máximo sete páginas.

Um segundo ponto necessário para dar agilidade ao texto, e que julgo ser essencial para uma boa escrita é a concisão.

Podemos dizer que concisão é a capacidade de você registrar muitas ideias em poucas palavras, de produzir um texto “ enxuto”. Obviamente que dependendo do efeito desejado, o autor pode ser

mais ou menos conciso, mas evitar excessos sempre é recomendável.

E uma dica que pode ajudar neste momento: Independente de quanto você seja conciso, será necessário realizar cortes durante a etapa de revisão. Então, em caso de indecisão, dê-se o luxo de ser pouco conciso neste momento, sabendo que os exageros serão aparados quando você retornar ao texto mais tarde.

Outro ponto a ser levado em conta quando escrevendo é o vocabulário usado. É importante que o vocabulário não só seja adequado à idade dos possíveis leitores (evitando, por exemplo, frases rebuscadas em histórias para crianças), mas também que você tome cuidado com jargões, clichês, excesso de palavras pouco usuais em uma frase e outras armadilhas da língua.

Os jargões específicos de determinada área, quando utilizados adequadamente em um diálogo, podem ser aceitáveis e até reforçarem o perfil do personagem. Mas se, por exemplo, você é médico ou advogado, cuidado para que seu narrador não soe como um profissional de sua área, citando questões legais ou doenças com vocabulário que é usual para você, mas não para seus leitores.

Os clichês, por outro lado, raramente são desejáveis em um texto, exceto em situações como textos irônicos ou humorísticos.

Já textos prolixos e rebuscados devem ser evitados se você deseja conquistar mais leitores. Quem deve brilhar não é o autor, mostrando sua sabedoria, mas a história que ele está contando.

Isso não quer dizer que você deva limitar seu vocabulário, mas simplesmente que é recomendado evitar os excessos. Quando se deseja criar um texto dinâmico devemos evitar o abuso de palavras difíceis, muito uso de ordem indireta nas frases, excesso de apostos explicativos, vírgulas, parênteses e hifens, exagero no uso de voz passiva, entre outras coisas.

Apenas como exemplo, compare:

“A ubérrima facúndia de Nestor rendeu-lhe congratulações variadas e múltiplos amplexos – e quando, entre o magote de convivas, lobrigou Ana, seu coração bateu célere.”

Com

“Diversas pessoas abraçaram e parabenizaram Nestor pelo belo

discurso – e seu coração acelerou quando divisou Ana entre o grupo de convidados”

Obviamente, este é um exemplo extremo, mas serve bem para ilustrar a diferença de velocidade de leitura e facilidade de compreensão em apenas duas linhas. Lembre-se de o que precisa brilhar e aparecer ao leitor é a história, e não o vasto vocabulário do autor.

E não custa lembrar: como tudo o que mencionamos até agora, estas dicas para tornar o texto mais ágil são apenas observações práticas sobre o que funciona para a maioria dos leitores e não camisas de força que devam ser obrigatoriamente vestidas pelo texto – em tudo vale o bom senso de cada um!

AS VOZES DO LIVRO E DAS TRAMAS

Outro ponto comum de dificuldades para muitos escritores é encontrar a “voz” de seu livro.

Começemos pela voz narrativa: As escolhas mais comuns são utilizar a primeira e a terceira pessoas; no entanto, você deve estar ciente que um texto pode contado em primeira, segunda ou terceira pessoa, no singular ou plural. Obviamente, textos na segunda pessoa (*tu* ou *vós*) são mais raros e, quando extensos, podem tornar a leitura mais lenta e cansativa para o leitor comum.

As primeiras pessoas são utilizadas para provocar um efeito mais intimista, quando o narrador também é personagem da história ou deseja se aproximar do leitor de alguma forma. Neste livro, por exemplo, ao iniciar um parágrafo com “Começemos pela voz narrativa”, estamos implicitamente dizendo que você leitor e o autor da obra pertencem a um mesmo grupo – os escritores - e que estão construindo o conhecimento juntos, como é mais apropriado na andragogia (capacitação de adultos).

Um narrador em terceira pessoa usualmente se situa fora da história, colocando-se como um observador que descreve o que vê mas não influencia o correr dos eventos; mas também pode ser usado, por exemplo, para descrever a visão de um personagem específico sobre determinada cena.

Uma segunda escolha diz respeito ao tempo verbal da narração. É muito comum em romances atuais a escolha de tempos passados, onde o narrador se coloca como alguém que descreve os acontecimentos após acontecerem, seja há um longo tempo ou há poucos instantes. Por exemplo:

“Eleanor se espreguiçou gostosamente e reparou nos raios de sol que se infiltravam pelas frestas das persianas, desenhando listras de luz e sombra nas costas nuas de Henrique”

Repare que, embora os verbos estejam no passado, a ação é

percebida pelo leitor como se estivesse acontecendo no presente. Utilizar o tempo presente, no entanto, provoca uma impressão de maior dinamismo, sendo mais interessante quando se deseja imprimir um ritmo maior de leitura. Compare:

“Arthur corre pelo telhado e salta sobre o vazio. Por um instante infundável, ele acredita que não vai conseguir, mas finalmente aterrissa sobre o teto do prédio ao lado”.

Com:

“Arthur correu pelo telhado e saltou sobre o vazio. Por um instante infundável, ele acreditou que não ia conseguir, mas finalmente aterrissou sobre o teto do prédio ao lado”.

A segunda opção tira parte do suspense e portanto parte da agilidade da leitura, justamente porque, se a história está sendo contada em tempo passado, o leitor inconscientemente a associa com uma ação já realizada, sendo contada depois que o perigo imediato passou. A diferença é sutil, mas em textos de ação é significativa e aumenta o ritmo de leitura.

Obviamente, a opção por usar este recurso precisa ser avaliada com cautela: uma vez que o uso do tempo verbal presente é pouco usual na literatura nacional, o possível estranhamento dos leitores deve ser levado em conta quando pensarmos em optar por seu uso.

Uma terceira escolha tem a ver com a visão que o narrador tem do mundo onde ocorre a história. As escolhas usuais são narradores-personagens com visões limitadas, apenas dos fatos que acontecem à sua volta, ou narradores externos à história com visão onisciente. A respeito desta questão, reveja o tópico em que falamos sobre Ponto de Vista, no capítulo sobre Produção de Cenas.

Obviamente, há muitas outras formas de se contar uma história. Podemos decidir por contar a história com várias tramas, cada uma delas sendo narrada em primeira pessoa por um personagem diferente.

Outra escolha, magistralmente realizada por Ken Follet em “Os Pilares da Terra” e por George R. R. Martin na saga “Crônicas de Gelo e Fogo”, é utilizar um narrador em terceira pessoa não onisciente, sendo que a “voz” do narrador é, na verdade, a voz do

personagem cujo ponto de vista está sendo utilizado para aquela cena ou capítulo. Nestes livros, como o narrador se limita a relatar o que ocorre no local onde o personagem protagonista da cena se encontra, fatos que ocorrem remotamente muitas vezes só vão ser descobertos mais tarde, gerando incríveis possibilidades dramáticas.

A dificuldade em encontrar a “voz” de um livro, ou de cada uma das tramas de um livro, vai além destes pontos básicos que descrevemos até aqui. Não se trata apenas de definir o tempo verbal, a pessoa ou a visão do narrador, mas antes decidir qual a forma mais adequada para se contar a história: as frases serão curtas ou longas? A linguagem será direta, ou com mais adjetivos e apostos? Coloquial ou formal? Divertido ou sério?

Não há um critério que nos ajude a decidir qual seria a voz “mais adequada” para cada livro. E, se é que existe alguma regra sobre este assunto, é esta: as únicas formas para exercitar a escolha destas vozes são a leitura e a escrita.

Leia autores de gêneros diferentes e preste atenção para descobrir, em cada leitura, o que o autor realizou para criar esta voz única. Separe os livros com cujas formas narrativas você se identificou mais e retorne a eles de vez em quando para aprender alguns truques.

E escreva, escreva sempre. Escreva nem que seja para si mesmo, enquanto a voz de cada livro não aparece. A única forma para se aprender a escrever é escrevendo.

APRESENTAÇÃO DOS PERSONAGENS

Um tópico que atormenta muitos escritores, mesmo experientes, é como apresentar seus personagens quando eles aparecem pela primeira vez aos leitores.

Alguns cursos de escrita de livros sugerem aos participantes que eles nunca devem “explicar” seu personagem, mas antes deixar que os leitores deduzam como ele é pelas características que ele naturalmente apresenta. Por exemplo: ao invés de dizer que determinado personagem “é amigável e divertido”, pode-se dizer que ele “gosta de comer um churrasco e jogar uma bola com os amigos de vez em quando e está sempre disposto a contar a próxima piada”. Ou, ainda, explicitamente mostrá-lo jogando bola, conversando amigavelmente e soltando uma ou outra piada.

Embora em linhas gerais este conselho pareça coerente e seja um bom conselho para todos que estejam começando, como tudo o mais na arte da escrita ele nunca deve ser levado ao pé da letra. Lembre-se que enquanto pode ser necessário um grande número de páginas para “deixar os leitores descobrirem” o perfil de um personagem, um parágrafo bem escrito pode dar esta mesma visão de maneira tão eficiente quanto e sem perder o foco do livro. Um bom escritor deve saber chegar a este equilíbrio e isso só se consegue com a prática.

Uma boa regra para ajudar a buscar a este equilíbrio é reler seu texto procurando por trechos que pareçam explicações desnecessárias ou fora do lugar, tanto nas partes narradas como nos diálogos. O texto deve fluir naturalmente e não parecer que está parando para explicar alguma coisa para o leitor. Por exemplo, um diálogo mal escrito poderia soar assim:

- Grande Walter! Que surpresa, cara! O que você veio fazer neste fim de mundo?
- Oi João! Bem, como você sabe, estou trabalhando agora como

investigador particular e peguei recentemente um caso de uma senhora da alta sociedade que sumiu sem deixar pistas...

Reparem que na primeira fala o personagem mostra grande intimidade com o segundo e se dirige a ele de forma bastante coloquial. Em resposta, o segundo personagem explica que é um investigador particular, “como você sabe”. Ora, se o primeiro personagem já sabia disto, porque foi falado? Este tipo de explicação soa falso e fora de lugar para um bom leitor, parece que foi incluído a força no texto para explicar algo não ao outro personagem, mas ao leitor.

Uma resposta mais plausível, inclusive adequando a linguagem da resposta ao tom da pergunta, seria algo como:

- Ih, João, nem te conto! Me jogaram uma bomba, um caso de uma grã fina que sumiu sem deixar pistas...

Esta segunda versão da resposta, inclusive, é um bom exemplo de mostrar ao invés de contar: ao falar que se trata de um “caso” e “pistas”, fica claro para o leitor que o personagem é algum tipo de investigador.

Além disso, já adiantando um pouco o assunto do próximo tópico, devemos lembrar que as pessoas variam seu comportamento conforme a situação a que estão expostas. No caso, o investigador pode ser uma pessoa bastante séria, culta e circunspecta, mas ao se deparar com um colega de juventude, que o trata de maneira informal, ele irá se comportar de acordo, respondendo de maneira informal - inclusive com a liberdade de cometer pequenos erros de português, já que “Me jogaram uma bomba” soa bem mais natural que “Jogaram-me uma bomba”.

Outra abordagem é simplesmente não perder tempo descrevendo ou “mostrando” os personagens: simplesmente coloque-os para agir e deixe que o leitor complete o quadro com sua imaginação. Se não é importante para a trama, porque dizer que determinada personagem tem cabelos longos ou curtos, que é negro ou asiático, gordo ou magro? Como tudo o mais na arte da escrita, esta é uma escolha pessoal, mas é importante que o escritor saiba que existem grandes obras onde os personagens são conhecidos apenas pelos seus atos e palavras e cada leitor tem a

sua visão sobre como eles são, fisicamente falando.

A criação e a apresentação dos personagens são tópicos que merecem um estudo aprofundado, pois grandes livros só são construídos com grandes personagens. Se você tem dificuldade com isso sugiro que se explore o assunto um pouco mais, conhecendo a visão de outros autores que também se debruçaram a questão, listados nas sugestões de leitura apresentadas ao fim deste livro.

DIÁLOGOS

As técnicas para burilar o texto e as dicas para criação de diálogos merecem, cada uma, um livro inteiro; pelo que iremos aqui apenas apresentar algumas ideias que podem servir como ponto de partida para a reflexão de cada escritor.

Os diálogos são a essência do sucesso de alguns autores e uma arte à parte que deve ser cultivada com cuidado.

O ponto mais importante de um diálogo é que ele deve – por mais óbvio que isso pareça – *parecer* um diálogo.

Evite utilizar diálogos para explicar alguma coisa para o leitor. Se um personagem precisa explicar alguma coisa para o outro, isso deve soar crível, como aconteceria em uma situação real e não como se ele estivesse dando aulas ou uma palestra sobre aquele assunto. Na vida real, poucas pessoas soam pedantes ou excessivamente explicativas em seus diálogos, no entanto este é um erro comum em diálogos, mesmo em alguns autores famosos.

Outro erro muito comum é vermos diálogos que soam como monólogos. Na busca de apresentar diversas ideias concatenadas, o autor faz com que um personagem inicie uma conversa e outro personagem o responda, “completando” suas ideias. Há dois tipos de erros comuns nesta abordagem, relativos aos conteúdos das falas e ao perfil dos personagens.

Quando escrevendo os diálogos, devemos lembrar que cada personagem tem conhecimentos diferentes. Se um deles é especialista em armas e o outro um linguista, não devemos criar um diálogo com ambos discutindo que tipo de pistola oferece mais precisão ou melhor balanço quando empunhada; ou falando sobre variações fonéticas dos diversos dialetos do suaíli.

O perfil do personagem se reflete na forma como o diálogo é escrito. Crianças usam frases mais curtas e palavras mais simples; analistas de informática têm um jargão próprio da área, pessoas de

mais idade podem eventualmente utilizar palavras fora de uso atualmente, mas comuns anos atrás.

E esta diferença não está só nas palavras utilizadas, mas também em como os personagens falam e reagem a situações. Se o personagem é gozador, pode eventualmente fazer piada com uma situação, ou sorrir como se estivesse pensando em algo engraçado; enquanto um personagem mais sofrido pode ter uma visão mais pessimista.

Dica: Cuidado neste ponto com os clichês! Mesmo quem patologicamente sofre de depressão tem momentos de felicidade; e ninguém faz piada de tudo o tempo todo!

Seu personagem precisa parecer uma pessoa real, não um estereótipo!

Obviamente, esta questão do diálogo é extensa e merece um livro por si só, mas o importante é manter em mente que só há uma regra efetiva: os diálogos devem parecer naturais ao leitor, os personagens devem soar reais, ou melhor, seus diálogos devem ser coerentes com a narrativa, de forma que não se destaquem ou pareçam ao leitor de alguma forma deslocados dentro do conjunto geral da obra.

Conseguir isso envolve uma série de fatores, muitos deles imponderáveis, pelo que a melhor sugestão é ler muito e prestar atenção como outros escritores em seu gênero de trabalho escrevem seus diálogos.

Falaremos a seguir sobre o refinamento da pesquisa que pode ser realizado no momento da escrita dos capítulos.

REFINAMENTO DA PESQUISA

Na etapa de gestação, já realizamos as pesquisas necessárias para evoluir a ideia até a forma de uma história completa. Após organizarmos as tramas, como fizemos no capítulo anterior, já temos uma visão da obra completa e já sabemos o que ocorrerá em cada capítulo.

Ao escrevermos os capítulos, no entanto, normalmente precisaremos de realizar novas pesquisas de forma a melhor embasar o texto. O quanto pesquisaremos neste momento depende de uma série de fatores, desde o quanto o romance é baseado em fatos reais, até o quanto conhecemos sobre os locais, pessoas e épocas que estamos escrevendo.

Neste momento, você deve fazer mais uma escolha: escrever uma trama de cada vez, separadamente, ou escrever os capítulos sequencialmente, na forma como serão lidos pelo leitor. Caso as tramas se passem em locais ou épocas diferentes, escrever as tramas separadamente pode tornar o trabalho mais fácil para o escritor, pois a pesquisa realizada para o capítulo 3, por exemplo, pode ser útil para os capítulos 5 e 7 mas não para os capítulos 4, 6 e 8. Por outro lado, escrever na ordem em que os capítulos aparecem permite que você sincronize os detalhes das tramas mais facilmente, permitindo incluir paralelos que, de outra forma, seriam apenas possíveis em uma segunda revisão do texto. Não há alternativa melhor, tudo depende do autor em especial e do livro em particular.

Quando o romance se passa em nossa própria cidade e época, provavelmente as pesquisas serão bastante simples. No entanto, caso estejamos escrevendo sobre a Ouro Preto da época de Tiradentes, precisaremos pesquisar muita coisa se não quisermos passar informações erradas ao leitor e, pior que isso, a impressão de um texto pouco burilado, que foi realizado sem esforço.

Neste e em casos semelhantes, todo cuidado é pouco para não cairmos em algumas pequenas armadilhas; principalmente se nosso romance é baseado na realidade. Ao visitar Ouro Preto, por exemplo, é possível visitar o local onde era a casa de Tiradentes, na rua São José. Um escritor mais apressado poderia mencionar esta rua em um livro que mencionasse o dito alferes, passando por cima do fato da rua se chamar “Rua das Cebolas” à época que Tirantes nela residia.

Provavelmente, neste caso, a maioria dos leitores não daria conta do erro. No entanto, na situação oposta, se o escritor menciona a Rua das Cebolas, qualquer pessoa que visite Ouro Preto irá descobrir que tal rua não existe. Realizando uma pesquisa mais a fundo, o leitor atento irá descobrir que a rua mudou de nome, valorizando o trabalho de pesquisa do autor. Alternativamente, você pode optar por colocar uma nota explicativa indicando o nome atual da rua, com o cuidado para que o excesso de notas de rodapé não atrapalhe o fluxo de leitura do livro.

No momento da escrita dos capítulos, uma das ferramentas mais úteis para pesquisar pequenos detalhes é a Internet; no entanto, devemos tomar um grande cuidado para não assumir como verdade qualquer informação encontrada. Voltando à residência de Tiradentes, é possível encontrar a informação sobre o nome original da rua em alguns livros que contam a história do mártir da Inconfidência Mineira, mas curiosamente não era possível localizar esta informação através dos mecanismos de busca da Internet à época em que este livro foi escrito.

A Internet é uma excelente fonte de pesquisa para:

- Buscar informações específicas ou enciclopédicas. Por exemplo: qual o nome de solteira de Jacqueline Kennedy Onassis? Que espécies de animais são nativas do Bornéu? Em que ano nasceu Tomás de Torquemada? Para isso, uma excelente fonte é a Wikipédia (www.wikipedia.org) que, em uma pesquisa recente, mostrou ter menos erros de conteúdo que a famosa Enciclopédia Britânica. Outra fonte confiável e que apresenta informações básicas e bem organizadas é o “*World Fact book*”, produzido pela agência de inteligência dos Estados Unidos CIA, em um formato de

almanaque e disponível no endereço <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook>.

- Buscar referências geográficas. Em sites de mapas, como por exemplo o Google Maps, (<http://maps.google.com>) é possível não apenas ver a cidade através de imagens de satélites, mas também aproximar a imagem o suficiente para reconhecer detalhes de arquitetura e, em algumas cidades, até mesmo acompanhar imagens ou vídeos ao nível das ruas. Isto é uma ferramenta indispensável para se falar de locais que não conhecemos.

- Buscar referências fotográficas: Há na Internet toda uma gama de Blogs e Fotoblogs, além de diversas redes sociais como o Facebook e o Instagram, onde as pessoas publicam fotos de suas cidades e suas viagens. Estas fotos podem ser muito úteis, por exemplo, se desejamos descrever o interior de um bar na Irlanda ou o saguão principal de um aeroporto onde nunca estivemos.

- Buscar informações turísticas e detalhes sobre cidades específicas. Atualmente, quase toda cidade tem um site na Internet com informações turísticas. Nestes sites, é possível ter uma informação confiável sobre os pontos de interesse da cidade e normalmente links para outros sites de informações úteis, como sites de hotéis, informações sobre ônibus ou metrô, etc.

- Buscar impressões pessoais. Os Blogs são também muito úteis para termos acesso às impressões de pessoas que estiveram em determinado lugar. Não devemos usar as informações de blogs como “verdades” a serem apresentadas pelo narrador, mas se determinado personagem visitou Paris e vai comentar suas impressões com outros; o texto de um blog pode vir justamente a calhar.

- Consultar livros de difícil acesso: diversos sites de bibliotecas apresentam revistas antigas e livros de difícil acesso digitalizados. A lista de possíveis fontes é interminável e inclui a Biblioteca do Congresso Americano (a maior do mundo), em <http://www.loc.gov/>; a Biblioteca Nacional Brasileira, com interessantes periódicos antigos digitalizados, em <http://www.bn.br>, a biblioteca do Vaticano, que incluiu na internet seus “arquivos secretos”, em http://www.vatican.va/library_archives/index.htm e o site de obras

em domínio público criado pelo governo brasileiro, em <http://www.dominiopublico.gov.br>.

A menos que você se disponha a ficar por horas lendo livros na tela do computador, a Internet não é uma boa fonte de pesquisa para ter uma visão ampla ou aprofundada sobre determinado assunto, incluindo pequenos detalhes. Por exemplo, caso você deseje uma visão aprofundada sobre como é a vida de um sertanejo nas cidades mais pobres do Nordeste brasileiro, é necessário que você passe um tempo em uma destas cidades, ou leia um livro de alguém que o tenha feito.

Dica: Embora pareça que a Internet oferece tudo o que você precisa para escrever um livro, acredito que o diferencial de um bom escritor é justamente ir além das informações, digamos, “catalográficas” ou superficiais que encontramos facilmente na rede. Ainda não inventaram uma forma de você saber o cheiro único de um pouco de feijão sendo cozido em uma lata, sobre um fogão de barro, sem estar presente na casa de uma pessoa que o prepare assim. São pequenos detalhes como cheiros e gostos e a visão de uma pessoa sobre um cotidiano que não é o seu usual, que dão o verdadeiro tempero em uma obra bem escrita. E isso você pode conseguir vivendo suas próprias experiências ou, na impossibilidade disso, lendo livros.

A leitura de diversas obras associadas aos assuntos que se deseja abordar é essencial na fase de gestação, para lhe dar bagagem suficiente para criar uma obra de fôlego. Já as pesquisas mais direcionadas, realizadas nesta etapa de escrita dos capítulos, são essenciais para corrigir e completar aqueles pequenos detalhes que dão o verniz final de uma obra bem acabada.

ERROS COMUNS NA FASE DE ESCRITA DOS CAPÍTULOS

Há várias formas de seguir caminhos errados quando escrevendo os capítulos e felizmente também há diversos caminhos, digamos, “corretos”.

Se tomamos o cuidado de organizar bem nosso trabalho – por exemplo, definindo a estrutura de toda a história ou pelo menos dos pontos principais - diversos dos problemas mais comuns em autores iniciantes serão evitados. Por outro lado, corremos o risco de incorrer em um dos erros mais comuns (e fatais) quando escrevendo os capítulos: ater-nos demais à estrutura e esquecermos a naturalidade, fazendo o texto soar falso ou forçado.

Como a questão sobre o que pode estar errado em um texto é extensa, mais à frente reservamos um capítulo completo (“Leitura Crítica – o que é e para que serve”) sobre o assunto.

Até lá, lembre-se que da regra de ouro: não há regras. Seu livro deve ser interessante e atrair leitores; se você escreve com paixão e determinação, sua técnica irá melhorando, seu texto aos poucos irá conquistando a qualidade desejada.

O importante é persistir.

EXERCÍCIO – ESCRREVENDO A PRIMEIRA VERSÃO DE SEU LIVRO

Neste ponto, você deve ter em mãos todas as cenas de seu livro – pequenos textos ou listas de tópicos descrevendo como será o encadeamento das ações que levarão os personagens da abertura até a conclusão da trama.

O processo para transformar estas cenas em seu texto final é, basicamente, um só: após ler todas as cenas e ter o conjunto da obra bem claro em sua mente, reveja a cena que deseja escrever e – normalmente em um documento à parte – a escreva, incluindo as descrições, diálogos, os pequenos detalhes que reforçam na mente do leitor o comportamento de cada personagem e outros detalhes.

Alternativamente, se você optou pelo paradigma de criação de “sentar e escrever”, você terá em mãos apenas as cenas principais, que lhe ajudarão a ter uma ideia por onde a obra possivelmente irá passar, mas com toda a liberdade para mudar os rumos - e, eventualmente, sofrer as consequências ou colher as glórias inesperadas desta decisão!

O importante neste momento é lembrar que você está produzindo uma primeira versão, e que ela será (não tem “talvez” aqui) revista e reescrita em diversos pontos depois.

Desta forma, se você não está inspirado, escreva mesmo assim. Nestes momentos “sem inspiração” o texto não será o ideal, os diálogos provavelmente ficarão fracos, a prosa não ficará fluida, a ação pode parecer não evoluir da forma esperada. Isso é normal, não se desespere, apenas continue escrevendo, na certeza de que tudo isso será revisto posteriormente e, se necessário, poderá ser jogado fora.

O importante de continuar a escrever é que isso leva a trama adiante, e a inspiração volta a aparecer quando a história se fortalece em sua mente. Se você não escrever por falta de

inspiração, a inspiração não virá por si só. Acredite: é possível, sim, treinar sua inspiração para acontecer, se não sempre que você precisar, pelo menos mais vezes do que o usual.

Quando você está trabalhando com paradigmas de estruturação da obra antes da produção desta primeira versão, o ideal é começar escrevendo as primeiras cenas, para ajudá-lo a definir melhor a “voz” da obra em sua cabeça. Mas vencidos estas primeiras cenas, em caso de falta de inspiração, você pode, e deve, saltar para outros pontos da trama e escrever as cenas. Quem precisa ler as cenas em ordem sequencial é o leitor, na escrita você pode seguir qualquer ordem, o ideal, portanto, é você escrever as cenas que esteja mais inspirado para escrever naquele momento.

Se você não está escrevendo um livro, faça um exercício diferente: escreva a versão inicial das cenas que você definiu no exercício do capítulo anterior.

Terminado este exercício, escolha as cenas com mais de um personagem e modifique seu ponto de vista, reescrevendo a primeira versão sob o PDV de outro personagem, mesmo que secundário. Lembre-se de que, neste caso, só deve ser escrito o que este personagem vê, ouve, sente e pensa. Este é um exercício extremamente interessante, que sempre dá ideias de novas possibilidades narrativas.

No próximo capítulo, falaremos sobre os “toques finais” em uma obra, aqueles pequenos mas essenciais detalhes de revisão que levam nossa obra da primeira versão até a versão pronta para ser enviada às editoras, agentes literários ou publicada diretamente, quando assumimos esta responsabilidade para nós.

REVISÕES - SEGUNDA VERSÃO EM DIANTE

SOBRE A FORMA PROFISSIONAL DE APRIMORAR UM TEXTO ATRAVÉS DE REVISÕES DIRECIONADAS - E IDEIAS PARA REVISÕES BÁSICAS E AVANÇADAS QUE O AUTOR PODE ESCOLHER E AMPLIAR.

O momento em que colocamos o último ponto final no original de um romance é mágico, a conclusão de um trabalho que provavelmente durou muitos meses.

Além do sentimento de realização, é comum neste momento acontecer algo semelhante à depressão pós-parto: você sente o peso do cansaço acumulado durante todo o processo de criação e seu primeiro impulso é afastar-se do livro, não querer lê-lo novamente e, eventualmente, até parar de escrever por algum tempo.

O sentimento é normal. Quando o processo de criação é muito trabalhoso, a mente precisa mesmo de um descanso.

Neste ponto, você pode decidir entre duas possíveis abordagens: ceder ou não a este impulso. Desde que você esteja consciente de que depois do último ponto final há ainda muito trabalho a ser realizado, tanto no processo de criação da obra quanto no esforço para conseguir uma editora para publicá-la, o momento de iniciar as revisões não é importante.

Alguns escritores defendem que você deve iniciar a revisão do livro assim que você terminou o primeiro, para manter o ritmo e aproveitar enquanto as ideias do livro ainda estão frescas em sua mente.

Outros autores – e me incluo entre estes – acreditam que o ideal seja você esperar um tempo, esquecer o livro em uma gaveta (ou em seu correspondente virtual, um diretório) por um tempo para poder adquirir o distanciamento necessário para criticar o texto com mais propriedade, e a coragem para cortá-lo onde necessário.

Quanto tempo esperar? Isso depende de cada autor. Apenas como sugestão, Stephen King, em seu livro *“On Writing”*, propõe que o autor deixe o livro de lado por pelo menos três meses, ou pelo menos até que se interesse por outro projeto.

Independente do tempo de espera para iniciar esta etapa, o maior motivador para um escritor é saber que cada pequeno detalhe que é melhorado na obra ajuda a torná-la mais interessante, a melhorar sua qualidade – e, portanto, mais atrativa para possíveis editoras.

Considerando que uma editora de médio porte pode chegar a receber mais de cem de livros em um mês, estes “toques finais” são essenciais uma vez que podem fazer a diferença entre o livro ser publicado ou não. Além disso, a qualidade geral da obra é percebida pelo leitor em diversos níveis, desde a profundidade da pesquisa e o cuidado na urdidura das tramas, até os pequenos detalhes nas construções das frases, como repetição ou não de palavras e existência ou não de erros ortográficos.

Uma pergunta frequente dos escritores iniciantes é o número de revisões a serem realizadas. Obviamente não há uma resposta única para esta questão, uma vez que não esta quantidade vai variar bastante não apenas de escritor para escritor, mas também de livro para livro do mesmo escritor. Outro fator que vai influenciar grandemente a quantidade de revisões a serem realizadas é o paradigma de criação adotado: enquanto “sentar e escrever” usualmente demanda grandes cortes e inclusive alterações estruturais das tramas, os paradigmas de “detalhamento progressivo” e de “estruturar e escrever” vão demandar bem menos esforço – até porque o esforço para gerar a primeira versão foi bem maior. Apenas como balizador, acredito que nenhum livro consegue chegar a seu estado ideal antes de pelo menos quatro revisões; e sei de escritores que realizam literalmente dezenas de revisões

antes de se darem por satisfeitos.

Esta última frase dá a resposta à pergunta certa a se fazer quanto à quantidade de revisões: Quanto devo parar? O escritor deve realizar tantas revisões quanto necessário para que ele se sinta seguro que o resultado é o melhor que ele pode fazer naquele momento.

Novamente, é importante tomar cuidado com excessos: há um equilíbrio ideal entre o que é possível e o que vale à pena ser feito. Sempre haverá algo a ser alterado, a cada leitura serão descobertos pequenos ajustes, detalhes que podem enriquecer a história, formas melhores de se apresentar determinada cena. Cabe ao escritor desenvolver este senso para perceber o quanto o livro precisa realmente de uma nova revisão, e o quanto é mera procrastinação, pelo medo de dar a obra por concluída mas ter deixado passar algo significativo.

Mais um detalhe importante nesta etapa é destacar que nem todas as revisões demandam a mesma quantidade de esforço. A primeira revisão usualmente é a mais trabalhosa, pois neste ponto muitas vezes são necessárias mudanças estruturais que podem impactar em diversos locais do livro; no entanto há revisões que demandam apenas análises pontuais, por exemplo, do início ou do fim de cada cena ou capítulo.

A **atenção:** Este é o “pulo do gato” deste capítulo. Estamos acostumados a pensar em revisões como “ler o livro inteiro procurando problemas”. **Não é assim que se faz!**

A cada revisão você vai ler apenas os trechos do livro que serão revisados, raras são as revisões que demandam a leitura completa. Por exemplo, se você vai rever os diálogos de um personagem específico, para ver se eles estão coerentes e tem “voz” própria, você lerá apenas estes diálogos, nada mais. Se estiver revisando os finais das cenas para aumentar a tensão, não vai perder tempo lendo nada mais que as últimas linhas de cada cena. E assim por diante.

Cada seção deste capítulo apresenta uma ideia sobre possíveis revisões a serem realizadas, algumas delas essenciais, outras apenas cosméticas, que poderão ou não ser adequadas

dependendo do tipo de obra sendo produzido.

Vale lembrar que estas ideias são apresentadas apenas como um ponto de partida, uma vez que cada escritor vai definindo, no andamento de sua carreira, quais as técnicas de revisão de que ele gosta e que acha necessário aplicar em suas obras. Vamos, portanto, às sugestões.

Não há uma ordem específica para a aplicação de revisões, embora o ideal é aplicar primeiro as revisões de corte de texto e de trama, pois são as que mais promovem mudanças no texto.

Uma última dica é que o ideal é aplicar um tipo de revisão de cada vez: não tente revisar o texto ao mesmo tempo em que está cortando excessos na trama, por exemplo. Se há algo a ajustar, marque e retorne depois para corrigir, até porque o processo de “corte” muitas vezes demanda cortar diferentes seções do livro e retornar a elas depois para novos cortes, pelo que você pode estar revisando algo que vai ser cortado depois...

Vejamos, então, algumas técnicas de revisão que podem a ser aplicadas para melhorar sua obra.

REVISÃO: CORTAR OS EXCESSOS NA TRAMA (PONTAS SOLTAS)

Da mesma forma que a linguagem, a estrutura da história deve ser enxuta, não ter excessos que não contribuam para o seu andamento. Por exemplo, se não é importante para o andar da história que o personagem assista a um programa de TV, ou caminhe à tarde pelas ruas da cidade, ou interaja com um vendedor de uma loja, isso deve ser retirado da história. Se um personagem precisa aprender francês no correr da história, o leitor não precisa fazer o mesmo – afinal, ele não comprou um livro para aprender francês, mas um romance – portanto, não inclua em seu texto explicações sobre os princípios básicos desta língua, a menos que isso seja essencial para a compreensão da história!

Em um bom romance tudo é relacionado, como em um quebra-cabeças bem montado. Se for mencionado que o protagonista ficou preso, quando criança, em um porão cheio de ratos e por isso ficou com um medo patológico destes animais, você pode ter certeza que, mais tarde, os ratos estarão presentes na história de alguma forma! Se o personagem interage com outros personagens, de qualquer maneira e o autor achou significativo que isso constasse do livro, pode ter certeza que esta interação é importante para compor o perfil do personagem para o leitor, ou então ela será importante de alguma forma no correr do livro.

As pontas soltas podem ocorrer por excesso ou por falta de informação.

Quando a obra peca por falta de alguma informação, o erro é facilmente percebido pelos leitores e passa a forte impressão de falta de cuidado do autor na revisão da obra.

Por exemplo, digamos que em um momento crucial do livro, diversos soldados encontram-se em um campo de batalha, em uma situação desesperadora. Enquanto a maior parte do grupo se reúne

para construir uma tática elaborada para tentar mudar o rumo da batalha, um soldado sorrateiramente foge em direção ao inimigo, pensando em entregar os planos aos companheiros e com isso salvar sua vida.

Nos próximos capítulos, os soldados que ficaram conseguem realizar um engenhoso estratagema e, com isso, derrotar o inimigo e mudar o rumo de toda a guerra. Fim.

Mesmo em um trecho curto como este, é possível notar a estranheza que uma ponta solta faz. E o soldado que fugiu para as linhas inimigas? Foi morto ou capturado? Entregou algum segredo, sua fuga fez alguma diferença para os rumos da história?

As pontas soltas por excesso de informação são menos perceptíveis pelo leitor, mas deixam a obra menos concisa e, por vezes, mais confusa.

Vejamos outro exemplo: digamos que determinado trecho mostra um *flashback* de um personagem, contando sobre seu primeiro amor. São gastas diversas páginas contando como o personagem conheceu sua paixão e alguns momentos especiais que eles desfrutaram em uma tarde na praia de Itapuã, na Bahia.

Em todo o resto da obra, nada mais é mencionado sobre este amor. A obra em nenhum outro momento fala sobre Itapuã ou a Bahia. Pior: o perfil do personagem não é aprofundado pelo *flashback*, pois nada do que o personagem demonstra em suas ações faz o leitor reconhecer aquele jovem apaixonado de outrora e o fato de o personagem ter se tornado uma pessoa diferente não é relevante para a história.

Neste caso, a ponta solta é, simplesmente, uma cena inútil, que não agrega valor à obra. Embora este tipo de “divagação” não seja necessariamente um problema quando a cena está bem escrita, excessos podem tornar a obra pouco atraente para leitores e editores.

De maneira geral, todos os livros devem evitar pontas soltas; mas isso é especialmente verdade se o autor pretende publicar seu livro por alguma editora, uma vez que as editoras avaliam, sobretudo, o potencial de comercialização da obra e tendem a ser mais conservadoras quando a este ponto, que compromete a

agilidade do texto.

Muitas vezes é difícil para o autor perceber estas pontas soltas, pois em sua mente estão os perfis completos de todos os personagens e não apenas o que está escrito. Além disso, o autor tende a ler as tramas instintivamente pensando em suas ideias para elas e não seguindo o que está realmente escrito. Neste ponto, a revisão de um leitor crítico pode ser particularmente útil.

Correndo o risco de simplificar demais, mas deixando sempre o alerta que nada na produção literária é escrito a ferro e fogo, podemos dizer que toda cena precisa ter um objetivo muito bem definido: ou ela serve para aprofundar o personagem, ou ela serve para levar a trama adiante. Qualquer cena que não tem (pelo menos) um destes objetivos deve ser cortada, pois não está agregando valor à obra.

Uma revisão que provoca tanto impacto quanto o corte de pontos da trama, ou de subtramas inteiras, é o corte de personagens. Vamos a ela.

REVISÃO: CORTAR OU INCLUIR PERSONAGENS

Da mesma forma que a linguagem e a estrutura da história, personagens que não agregam valor ou que geram confusão devem ser analisados com cuidado e, se for o caso, simplificados ou cortados da obra.

Muitas vezes, em especial em autores que utilizam o paradigma “sentar e escrever”, personagens secundários adquirem uma importância não prevista originalmente e começam a viver suas próprias tramas.

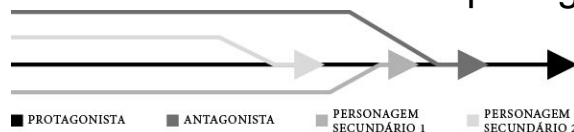
Isso não necessariamente é ruim, caso estas tramas não levem o livro a perder a sua identidade e, com isso, correr o risco de perder o interesse do leitor.

Na maioria das situações a obra possui algumas tramas principais, entrelaçadas e vivenciadas pelos protagonistas e antagonistas, e algumas subtramas vivenciadas por personagens secundários que visam apenas complementar a história ou quebrar o ritmo de ação, por exemplo, com algum alívio cômico. Este conjunto é produzido com um equilíbrio precário e se uma destas subtramas começa crescer em importância toda a obra fica prejudicada.

O importante a levar em conta quando trabalhando com subtramas é que cada uma destas linhas narrativas tem seu próprio protagonista, cada protagonista tem sua meta e que todas as metas precisam ser atingidas, ou melhor, todas as buscas por atingir suas metas precisam ser resolvidas antes do fim da trama principal. Isso inclui desde protagonistas e antagonistas até aquele personagem secundário que só aparece de vez em quando lutando contra sua timidez e que, no clímax da trama principal, consegue finalmente reunir coragem e beijar a mulher que ama.

O gráfico a seguir dá uma dimensão visual a este ponto: todas as tramas, de todos os personagens, precisam se unir à trama principal

antes do fim. A subtrama do antagonista principal provavelmente vai concluir-se bem próximo ao fim do livro, pouco antes ou concomitante com a conclusão da trama do protagonista.



Quando aplicando a técnica de revisão de “cortar personagens”, o autor deve analisar a evolução de cada personagem no correr de sua trama e a interação dele com as demais tramas e procurar por falhas: há personagens secundários que estão com mais destaque do que deveriam? Caso positivo, suas participações devem ser limitadas. Há algum personagem que não agrega valor à obra como um todo? Neste caso, o personagem pode precisar ser inteiramente eliminado.

Não são decisões fáceis para o autor, mas em muitos casos são necessárias para evitar que personagens em excesso ou mal definidos confundam o leitor. A regra básica é que o leitor deve a qualquer ponto do livro conseguir não só responder à pergunta “este livro é sobre o quê?”; mas também à pergunta “quem são os principais personagens do livro?”.

No outro extremo, e talvez mais difícil de aplicar, está a técnica de revisar seu texto e verificar se você precisa incluir novos personagens.

Neste caso, o autor deve procurar avaliar o equilíbrio da trama como um todo: há excesso de tensão, e pouco humor? Há muita ação, e pouca emoção? Ou, ao contrário, a trama está lenta e poderia se beneficiar de um personagem que fosse mais impulsivo e ajudasse os demais a “queimar etapas” em suas metas?

Obviamente este tipo de alteração, tanto para incluir quanto para excluir personagens, promove grandes mudanças na trama e só deve ser realizado caso seja realmente necessário, pois grandes alterações também geram grandes possibilidades de erros que podem comprometer irremediavelmente a obra.

O importante é você, como autor, saber que existe esta possibilidade e analisar seu texto friamente à procura de falhas no seu elenco de personagens; afinal, mais vale reescrever toda a

obra, se necessário, que ignorar problemas no texto que podem comprometer sua aceitação por leitores e editores.

A revisão sugerida a seguir também pode ser trabalhosa, mas tem o potencial de permitir um salto de qualidade para sua obra: reordenar a ordem das cenas (ou dos capítulos, caso você não esteja trabalhando com cenas) dentro da trama.

REVISÃO: REORGANIZAÇÃO DAS CENAS NA TRAMA

Quando planejamos a estrutura geral da trama, definindo pontos de virada, como será o nível de suspense da trama e outros pontos (conforme vimos no capítulo 8. Planejamento do livro – Organização das Tramas), nós definimos um rumo geral a ser seguido no livro.

No entanto, é somente quando produzimos as cenas, ou mesmo depois, quando efetivamente escrevemos cada cena e vemos o resultado final, que percebemos o efeito que o fluir da obra terá sobre o leitor.

Neste ponto, é comum desejarmos ajustar a organização que planejamos para reforçarmos ou aumentarmos a tensão em determinados pontos, ou mesmo gerar um efeito específico na mente do leitor.

Por exemplo, se o início de seu livro está um pouco lento e você teme que a leitura possa não capturar a atenção do leitor (e, obviamente, dos possíveis editores a quem você submeterá seu original), utilize um recurso chamado *In Media Res* – literalmente “começar pelo meio”: escolha uma cena forte e inicie seu livro por ela.

Vemos isso também em filme: no filme *Matrix 2*, por exemplo, os testes de audiência detectaram que a plateia gostou do filme, mas achou o início do filme um pouco lento. A versão que chegou aos cinemas iniciava com uma cena de ação extrema, fora de contexto, provocando uma carga de adrenalina nos espectadores, para então entrar no início do filme em si.

E isso não fica estranho? Na verdade, não. O leitor percebe que aquela cena é de uma trama diferente, ou de um tempo diferente. Não se preocupe, este recurso de “mostrar o futuro”, chamado de *flashforward*, é comum em muitos livros e não vai espantar seu leitor.

xperiência Pessoal: terminei recentemente um livro com o

E título de trabalho “Daniel Dante e os 9 Círculos do Inferno”, um romance de ação juvenil baseado na Divina Comédia. O livro inicia com uma cena tensa, onde três jovens (Daniel, Virgílio e Beatriz) descobrem uma passagem para o inferno. A cena seguinte mostra Daniel chegando à escola, e duas ou três cenas depois ele conhece Virgílio e Beatriz; ficando claro então para o leitor que a cena de abertura era uma visão do futuro dos personagens.

Outro recurso bastante interessante é a intercalação de cenas de tramas diferentes. Na hora de escrever, você pode optar por escrever todas as cenas de uma trama, e depois todas as cenas de outra trama, e assim por diante.

Este recurso é especialmente interessante se você terminar cada cena com um *cliffhanger* (que veremos mais adiante neste capítulo), deixando o leitor em suspense na trama 1, e então levá-lo a um novo suspense na trama 2, aumentando com isso a velocidade de leitura.

Experiência Pessoal: Fiz isso em “O Nome da Águia”, que é organizado em três tramas diferentes. Assim que terminei o livro, antes de lê-lo pela primeira vez em sua sequência final, organizei as cenas para que as tramas ficassem intercaladas, ajustando a “trama histórica”, que é independente das demais, para preencher os vazios quando acontecia de ter muitas cenas da trama do protagonista e poucas da trama do antagonista. O resultado final foi que nunca há duas cenas seguidas da mesma trama.

Um uso bem interessante deste recurso pode ser conferido nos livros da série Crônicas de Gelo e de Fogo, de George R. R. Martin: muitas tramas paralelas são intercaladas, cada qual com sua história razoavelmente independente, e o leitor tem uma visão geral do que acontece em toda a realidade do livro através de dezenas de olhos diferentes.

Outra técnica bem interessante que podemos utilizar ao reorganizar as cenas da trama é simplesmente buscar arranjos diferentes para a ordem das cenas em uma ou mais tramas, deixando ao leitor a tarefa de ordenar as cenas em sua mente.

Obviamente este recurso deve ser utilizado com parcimônia para não deixar o leitor totalmente perdido e fazê-lo abandonar a obra.

Um exemplo radical do uso desta técnica em roteiros de cinema é o filme “Amnésia” (cujo título original é “Memento”), produzido por Christopher Nolan a partir de um conto de seu irmão, Jonathan Nolan. No filme uma história que poderia ser quase banal ganha contornos totalmente novos simplesmente porque as cenas são apresentadas em ordem inversa, da primeira para a última, fazendo o espectador sentir-se como o protagonista – um homem incapaz de reter memórias de curto prazo.

Se você lê inglês, pode ler o conto original no site da empresa Impulse

Nine:

<http://www.impulsenine.com/homepage/pages/shortstories/mementomori.htm>.

Use, portanto, sua imaginação para descobrir qual a melhor ordem para apresentar suas cenas ao leitor. Você irá se surpreender com as possibilidades e os resultados!

Outra técnica interessante para reorganizar as cenas da trama, que também pode ser realizada ao fim da produção das cenas ou ao fim da escrita da primeira versão, é buscar formas de organizar as cenas de forma a gerar um sentido explícito ou subliminar de sequenciamento na mente do leitor, o que provoca a sensação de uma obra mais “orgânica”, mais coesa, mais facilmente assimilada pelo leitor. Em poucas palavras, é mais uma técnica para aumentar a imersão e o pacto de verossimilhança.

A ideia por trás desta técnica é simples: você analisar as cenas da obra em busca de oportunidades de trocar sua ordem e provocar “repetições”, gerando um correspondente ritmo de leitura. Por exemplo, em um nível mais básico, podemos pensar em repetições de pontos de vista das cenas ou tramas, algo como:

1. Trama (ou PDV) 1
2. Trama (ou PDV) 2
3. Trama (ou PDV) 3
4. Trama (ou PDV) 1
5. Trama (ou PDV) 2
6. Trama (ou PDV) 3

Esta mesma técnica pode ser aplicada no “tom” da cena, entre tramas diferentes ou na mesma trama. O que é este “tom” você mesmo diz, podendo ser, por exemplo, se a cena é de ação ou emoção. Nesta linha, você poderia querer organizar suas cenas não por tramas, mas por tons, como por exemplo:

1. Trama 1 - ação
2. Trama 1 - ação
3. Trama 2 - emoção
4. Trama 1 - ação
5. Trama 2 - ação
6. Trama 2 - emoção

Neste caso, o leitor inconscientemente “pega” este ritmo ação-ação-emoção; ação-ação-emoção, que acaba embalando sua leitura.

Da mesma forma, este ritmo poderia ser tensão-tensão-tensão-susto; tensão-tensão-tensão-susto; ou mesmo seguir alguma organização mais sofisticada, como por exemplo organizar as sequências de cenas conforme sua “emoção”: medo, felicidade, tristeza, raiva, solidariedade, surpresa, triunfo, derrota, amor, ódio, atração, aversão...

Obviamente, este truque de sequenciamento de cenas é o mais básico, e nem sempre passa despercebido pelo leitor, o que é ruim. À medida em que você se aprofunda nas possibilidades desta revisão da organização das cenas, você vai querer buscar organizações mais sofisticadas.

Por exemplo, você pode trabalhar com simetrias dentro do livro: se a cena aos 25% é uma cena de ação, aos 75% você colocaria outra cena de ação; se há escalada de tensão, sexo e risco de morte (nesta ordem) nos primeiros 10% do livro, nos últimos 10% você pode querer escrever cenas de risco de morte, sexo e tensão, (em ordem inversa) provocando uma sensação de conclusão, de fechamento de pontas.

Um detalhe importante é que um princípio básico dos livros é que a tensão do livro precisa ser sempre crescente. Pode ser tensão física (cenas de ação) ou tensão emocional (cenas que mexem com os sentimentos), mas é importante que a tensão vá sempre

aumentando para manter o leitor interessado e para, quando chegar o clímax da história, o leitor sentir que aquilo era algo inevitável, dada a evolução das tramas.

Este ponto é muito importante, então é essencial que seja bem entendido. Vejamos um exemplo extremo: livros de ação geralmente iniciam com um ligeiro suspense, que indica que “algo está errado”, e vão num crescente de tensão até que o protagonista quase morre antes de finalmente resolver a questão colocada na premissa da obra. Imagine, então, um livro escrito ao contrário, que inicie com uma cena muito forte, com o protagonista quase morrendo, e depois a ação vai “minguando”, a ponto de o final do livro conter apenas cenas de suspense leve – provavelmente este tipo de livro deixaria o leitor frustrado.

O mesmo se aplica a livros mais “emocionais”: o livro não pode começar com uma grande revelação, que provoca uma mudança profunda no personagem (que o leitor ainda nem conhece bem...), para depois mostrar pequenos problemas na rotina do personagem, em um dia-a-dia insípido com apenas alguns indicativos de que uma grande mudança seria necessária para abalar o protagonista.

A reorganização das cenas na trama é uma revisão que provoca mudanças profundas, estruturais, pelo que o ideal é que seja pensada após a produção das cenas, e não após a escrita da primeira versão. De qualquer forma, após a primeira versão é que o autor tem uma visão mais precisa de sua obra, pelo que esta revisão, ainda que dolorosa (pois pode demandar muita reescrita), pode ser feita, ou feita novamente, ao se concluir a primeira versão.

Outra revisão “dolorosa”, embora menos trabalhosa; e igualmente importante, é a revisão que fazemos para cortar os excessos do texto. Vamos falar mais sobre isso na próxima seção.

REVISÃO: CORTAR OS EXCESSOS NO TEXTO

Começemos esta seção citando Graciliano Ramos:

“Deve-se escrever da mesma maneira como as lavadeiras lá de Alagoas fazem seu ofício. Elas começam com uma primeira lavada, molham a roupa suja na beira da lagoa ou do riacho, torcem o pano, molham-no novamente, voltam a torcer. Colocam o anil, ensaboam e torcem uma, duas vezes.

Depois enxáguam, dão mais uma molhada, agora jogando a água com a mão. Batem o pano na laje ou na pedra limpa e dão mais uma torcida e mais outra, torcem até não pingar do pano uma só gota.

Somente depois de feito tudo isso é que elas dependuram a roupa lavada na corda ou no varal, para secar. Pois quem se mete a escrever devia fazer a mesma coisa. A palavra não foi feita para enfeitar, brilhar como ouro falso; a palavra foi feita para dizer.”

Em outras palavras: não podemos ter preguiça de revisar, não podemos ter preguiça de cortar o que escrevemos e escrever tudo de novo, quando necessário.

Experiência pessoal: A meu ver, esta é uma das grandes dificuldades dos escritores iniciantes: após escreverem, têm medo de cortar o excesso, ou têm receio de revisar e querer alterar tudo. O fato é que muito raramente o que escrevemos fica bom logo na primeira tentativa e é melhor gastar mais tempo e entregar ao leitor algo mais bem acabado do que permitir que um ou dois parágrafos comprometam sua obra – e, quem sabe, o futuro de sua carreira como escritor!

Obviamente, é doloroso jogar fora dezenas de páginas escritas com suor e lágrimas e cortar frases que julgamos que embelezavam o texto. Mas o fato é que um bom texto não tem excessos. Ao ler um livro de ação e mistério, o leitor não deseja ver longas discussões

filosóficas. Personagens ou narradores verborrágicos raramente são bem vistos pelos leitores – exceto quando este excesso é adequado à história, o que é raro.

Outro ponto a ser destacado nesta questão é a fluidez e agilidade da leitura: quanto mais texto o narrador utiliza para contar parte da história, mais tempo o leitor irá levar para avançar, tornando a história mais lenta. Além disso, o excesso de palavras pouco usuais pode afetar a fluidez e velocidade de leitura até mesmo de trechos curtos.

Por outro lado, textos excessivamente enxutos podem falhar em provocar o impacto emocional esperado no leitor.

O importante nesta fase é achar o equilíbrio ideal, no seu ponto de vista, para o texto, dando a ele uma velocidade de leitura similar em trechos similares – por exemplo, ou seja, todas as cenas de ação devem ser de rápida leitura, enquanto as cenas de emoção podem ter um ritmo mais lento.

Agora, se o que você espera é uma regra, siga o que é sugerido por alguns escritores renomados: sua meta na primeira revisão da obra é diminuir a quantidade de palavras em 10%; e na segunda revisão outros 10% devem ser cortados. Se você conseguir cortar 10% na terceira revisão, repita a operação e tente cortar mais 10%, até que lhe seja impossível cortar sem afetar a história.

Pode parecer exagero, mas é viável e a maior parte das vezes é necessário. Um exemplo real de um autor de sucesso é o do livro “A Dança da Morte” (“*The Stand*”), de Stephen King. A versão original deste romance tinha em torno de 465.000 palavras; mas o autor cortou cerca de 150.000 palavras (32%, cerca de 400 páginas) para atender a uma demanda da editora, que julgava que o livro ficaria muito caro caso fosse publicado em toda sua extensão.

Ora, mesmo com tantos cortes a história não perdeu sua força, muito pelo contrário: “A Dança da Morte” é o livro mais vendido e mais mencionado como “preferido” pelos fãs do autor. E, quem sabe? De repente isso ocorreu justamente por conta dos cortes!

Pense nisso quando estiver revendo seu texto.

Do lado oposto das pontas soltas, textos prolixos e personagens desnecessários, que passam ao leitor a sensação de uma trama mal

trabalhada, estão os ganchos, que amarram a narrativa entre cenas ou capítulos. Veremos como utilizar este poderoso recurso na próxima seção

REVISÃO: INCLUIR GANCHOS E IMPLANTES

Uma revisão que requer menos esforço, e que aumenta a coesão e a robustez de seu texto, é a inclusão de ganchos no correr da trama.

Toda obra bem escrita é repleta de “ganchos”, que são nada mais do que pistas sobre o passado e o caráter dos personagens, que precisam ser apresentadas ao leitor para dar mais substância à narrativa. De maneira bastante genérica, podemos dizer que os ganchos são descrições de situações presentes ou passadas que são apresentadas ao leitor para melhor embasar os acontecimentos futuros no livro.

Por exemplo: nos primeiros capítulos de um livro, conhecemos o passado de determinado personagem, um psicopata que não aparenta ter sentimentos nem sofrer qualquer tipo de remorso ao matar pessoas. Neste *flashback*, vemos que ele era uma criança magrela e muito sofrida e que continuamente via sua mãe apanhar do marido, chorando agarrado às pernas dela enquanto pedia para ele parar.

Mais tarde no livro, este personagem pode invadir uma casa e começar a espancar uma mulher; mas neste momento uma criança magricela aparece e se agarra às pernas dela, pedindo que ele pare. Os olhos do psicopata cruzam com os da criança, o fazendo recuar pela primeira vez e deixar viva uma testemunha que será crucial para sua derrocada.

Um livro bem escrito é repleto de tais ganchos.

Uma dica importante é que, boa parte das vezes, o passado do personagem é escrito para justificar seu futuro, no momento em que tal justificativa se mostra necessária.

Para esclarecer, vamos a um exemplo.

Digamos que determinado personagem, um detetive, se prepara para espiar uma reunião de uma quadrilha de criminosos em determinada passagem do livro. Para isso ele se esconde em um

armário velho, dentro da garagem onde ocorrerá o encontro.

Para dar continuidade à sua ideia, o autor precisa fazer com que o personagem seja descoberto pelos inimigos no meio da reunião. Só que eles não desconfiam que alguém possa estar atrás deles e, portanto, não tem nenhum motivo para examinar a garagem.

Para resolver a questão, o escritor resolve fazer um rato aparecer dentro do armário, fazendo que o detetive se assuste e entregue sua posição com algum barulho. O problema é que, até este ponto, o detetive é apresentado como um cara durão, inteligente mas de certa forma grosseiro, criado em uma fazenda e em carreira ascendente na polícia de uma cidade de médio porte. O tipo de cara que os leitores esperariam que, se visse um rato, quebraria seu pescoço com as mãos, sem pestanejar, para evitar qualquer barulho.

Para sair deste dilema, basta ao autor usar uma técnica conhecida como “implante”: ele retorna a alguma parte anterior da trama e inclui uma cena ou um *flashback* contando algo do passado do personagem que justifique seu medo de ratos. Por exemplo: levado por uma situação qualquer, o personagem relembra ou comenta com alguém que, quando criança, ficou preso por diversas horas em um poço antigo e seco na fazenda do pai, cheio de ratos, e que isso o levou a ter uma maior aversão a estes animais.

O detalhe é que o implante deve ser inserido o mais cedo possível na trama, de forma que o leitor já tenha formado uma ideia geral sobre o perfil do personagem, mas esta ideia ainda não esteja consolidada. Se o autor inclui tal cena muito próxima do ponto onde o medo de ratos torna-se crucial em uma cena, especialmente se isso ocorrer quando a trama já está avançada, o leitor percebe o truque e se sente enganado: “Ora, este detetive era durão até a metade do livro, aí de repente ele resolve lembrar sua infância, e logo depois dá um vacilo destes?”.

Assim, neste momento de revisão da obra o escritor deve procurar por eventuais faltas de coerência (por exemplo, personagens agindo de forma diferente da esperada) e completar a história com ganchos que justifiquem melhor tais detalhes.

Novamente, o ideal é encontrar um leitor de sua confiança, para

que ele possa verificar este tipo de problemas e indicar qualquer ponto que cause estranhamento. Este é outros dos pontos que uma boa leitura crítica pode ajudar a resolver.

A seguir iremos aprofundar um pouco a técnica dos implantes, apresentando diversas formas como podemos incluí-los na obra.

REVISÃO: *BACKSTORY*, *FLASHBACK*/*FORWARD*/*SIDEWAYS* E *FRAMING*

Há diversas formas de apresentar os detalhes psicológicos que guiam as ações dos personagens, quando incluímos implantes ou quando estamos reordenando as cenas da trama e desejamos apresentá-las ao leitor em ordem diferente da cronológica.

Uma técnica usual para implantes é simplesmente colocar a cena do passado do personagem dentre as demais, sem explicação para o leitor. Quando usando esta técnica, o ideal é iniciar a cena em um novo capítulo, uma vez que na quebra de capítulo o leitor já espera uma mudança de trama ou de tempo.

Esta técnica, no entanto, só deve ser utilizada se houver diversas cenas do passado do personagem que serão apresentadas intercaladamente com as atuais, criando uma subtrama. Quando é necessário mostrar apenas uma ou duas cenas, simplesmente jogá-las para o leitor pode causar estranheza.

Neste caso, há duas formas principais para apresentar a cena do passado do personagem: como uma *backstory* ou como um *flashback*.

“*Backstory*” poderia ser traduzido livremente como “estória de fundo”, mais ou menos como a expressão “*background*” que utilizamos para indicar os conhecimentos profissionais que uma pessoa adquiriu com base em seus empregos anteriores.

No caso da produção literária, chamamos de *backtory* as partes do passado do personagem que são apresentadas pelo leitor dentro de comentários dos personagens. Retornando ao exemplo do detetive que tem medo de ratos, que vimos na seção anterior, poderíamos incluir uma cena onde o detetive se assusta com um rato, e um colega ri dele, estranhando, a partir do que o detetive conta a história de seu passado que levou-o a ter este trauma com ratos.

“*Flashback*”, traduzido livremente como “uma lembrança do passado”, já é um termo mais comumente utilizado no Brasil.

O detalhe é que, ao escrever seu livro, o *flashback* é uma cena como as outras, só que ocorre no passado. Neste caso, quando ocorre um evento que traz à tona alguma lembrança ou trauma, o personagem começa a se recordar, o que torna o flashback mais rico do que a *backstory*, já que inclui mais descrições e diálogos.

Apenas como referência, na mesma linha do *flashback* temos o *flashforward*, que basicamente é uma “lembrança do futuro”, ou seja, uma visão em detalhes do que irá acontecer com o personagem, seja real ou imaginária.

Há ainda o menos utilizado mas não menos interessante *flashsideways*, uma “visão de alternativas”, quando o personagem vislumbra o que a ficção científica chama de “realidades alternativas”. Neste caso, algo dispara a entrada do personagem em um mundo (imaginário ou real) onde tudo é diferente, por exemplo, mostrando como seria a realidade caso ele tivesse tomado uma decisão diferente.

Todas estas técnicas têm uma coisa em comum: elas só se iniciam se houver um gancho em uma cena do tempo presente. Como basicamente estamos falando de memórias, sejam na forma de lembranças (nos *flashes*...) ou de conversas (na *backstory*), o leitor acharia estranho se o personagem, sem motivação, começasse a lembrar ou falar de algo.

Uma técnica interessante que pode ser utilizada nestes e em outros casos semelhantes é o *framing*.

Podemos traduzir “*framing*” como “enquadramento”, ou seja, delimitar uma cena ou um conjunto de cenas (ou mesmo todo o livro...) com elementos em comum, que dão ao leitor a sensação de fechamento, de que o início se liga de alguma forma ao final daquela história ou trecho da história.

Mais uma vez recorrendo ao exemplo do detetive, se ver um rato na rua deu um susto no personagem e trouxe à tona lembranças na forma de um *flashback*, ao retornar à cena do tempo presente, o detetive pode pisar do rato e matá-lo, mostrando que não tem medo, apenas se assusta.

Ao pensar em criar um *framing* para determinado trecho de sua história, lembre-se de que é possível utilizar qualquer dos sentidos do personagem; por exemplo, o cheiro de café pode levar um personagem a lembrar de sua infância na fazenda, quando sua vó coava o café na cozinha deixando a casa inteira com aquele aroma; e ao fim da lembrança no passado, o personagem pode lembrar do cheiro da madeira queimada no fogão à lenha, retornando ao presente ao perceber que há algum incêndio próximo, daí o cheiro de queimado.

Vale destacar que esta técnica pode ser utilizada de maneira independente de *flashbacks*, *backstories* e outras técnicas que vimos nesta seção; por exemplo, pode-se delimitar um diálogo, um conjunto de cenas, uma trama ou todo o livro com sensações, diálogos, locais ou ações semelhantes.

Experiência pessoal: em “As Incríveis Memórias de Samael Duncan”, utilizei um duplo *framing*: O livro abre com algumas considerações do autor sobre como as histórias iniciam, e termina com considerações do autor sobre como as histórias terminam. Além disso, a estrutura do segundo e do penúltimo capítulo se repetem: ambos capítulos iniciam com lembranças do personagem que seguem as mesmas considerações; com a diferença que no penúltimo capítulo o personagem tem uma visão nova da vida, portanto suas considerações sobre os mesmos pontos são bastante diferentes.

Esta técnica dá à história uma sensação mais “orgânica”: se tudo começa em um barco, o leitor sente que “faz sentido” tudo começar em um barco. Da mesma forma, tudo pode começar com um beijo, um cheiro, um grito, uma frase.

E o interessante é que esta técnica pode ser incluída em diversos pontos de sua obra após a primeira revisão, sem alterar em nada a história original, apenas agregando valor a ela.

Caso você esteja escrevendo uma obra que faz parte de uma série de livros, há ainda outro tipo de revisão a realizar: a inclusão de ganchos para futuros livros.

REVISÃO: GANCHOS PARA OUTRAS OBRAS

Em alguns casos específicos, as “pontas soltas” podem ser não só interessantes, mas também necessárias: é quando estas pontas são, na verdade, ganchos para situações que serão melhor exploradas em futuros livros.

Por exemplo, quando se escreve uma obra seriada, muitas vezes o protagonista da história tem um grande antagonista, que só será derrotado em volumes futuros da série. Desta forma, se ao fim de uma grande batalha o inimigo consegue escapar, mas tem os planos descritos na obra desbaratados, isso não é um ponta solta, mas parte intrínseca da obra, que será concluída em futuros volumes.

Neste caso é necessária atenção dobrada, pois mesmo que seja parte de uma série, cada um dos volumes precisa ser perfeitamente autocontido, sob a pena de frustrar seus leitores. Desde a etapa de planejamento, comece a anotar todas as pontas a serem amarradas, para não esquecer nenhuma! Também é interessante realizar um rascunho das ideias que deverão ser exploradas nos próximos livros da série, para garantir a coerência e uma meta de longo prazo para os personagens.

Neste caso, usualmente há um grande antagonista ou desafio a ser vencido a cada obra da série; e cada vitória do protagonista o deixa mais preparado para vencer o real inimigo, que finalmente é derrotado no último número da série.

Um exemplo de sucesso de uma série que segue esta estrutura é “Harry Potter”, da inglesa J.K Rowling.

Outra possibilidade é a criação de finais em aberto, onde não fica claro o destino dos personagens; quando a solução do problema principal da trama leva a um grande leque de opções, não exploradas pelo autor.

É mais comum ver finais abertos em obras da Europa continental ou asiáticas do que em obras norte-americanas, embora haja

exceções. Como as maiores influências no Brasil vêm do mercado norte-americano, obras com finais conclusivos são mais bem vistas por editores nacionais. Mas qualquer que seja a sua escolha, nunca confunda um final aberto com deixar pontas soltas em sua história!

Os livros da série “Guerra dos Tronos”, de George R .R. Martin, são um bom exemplo de série de livros onde cada obra apresenta um final em aberto.

A linha entre uma ponta solta e um gancho para outras obras ou um final em aberto pode ser tênue, pois depende, dentre outros fatores, da habilidade do escritor em contar sua história.

Apenas com treino você consegue desenvolver um sentimento inato sobre este equilíbrio, o que nos leva de volta ao mesmo conselho que já passamos diversas vezes neste livro: escreva, escreva sempre. Um artífice precisa conhecer e dominar as ferramentas de sua profissão!

Aqui é que entram os *cliffhangers*, um tipo especial de ganchos que basicamente são as “iscas” que geram suspense e que mantêm o leitor interessado em ler a próxima cena (ou o próximo capítulo), sem pausa, gerando aquele tipo de livro que o leitor não consegue largar, que foi, como já mencionamos anteriormente, batizado pelos americanos de “*page-flippers*”.

REVISÃO: CLIFFHANGERS E JUMPCUTS

Cliffhanger é uma palavra de difícil tradução, e é composta no idioma original por duas palavras: “*cliff*”, “abismo”, e “*hang*”, “agarrar”. *Cliffhanger*, portanto, é a técnica de deixar o personagem – e o leitor! - literalmente “agarrado na beira do abismo”, em uma situação de tensão máxima ao fim da cena.

Embora sofisticada, esta técnica é fácil de realizar, bastando na maioria das vezes simplesmente interromper a ação de cada cena antes de sua conclusão para aumentar a curiosidade do leitor.

Vejamos um exemplo prático, antes de depois da aplicação dos *cliffhangers*.

Digamos que estamos escrevendo um livro com duas tramas paralelas, onde em uma delas dois personagens brigam ferozmente, e em outra uma personagem dirige a toda velocidade para tentar impedir que se matem. Originalmente as cenas, de forma bastante exagerada e resumida, poderiam ser algo como:

Trama 1: O protagonista dá um soco no antagonista, que é atirado sobre a mesa de seu escritório. Aproveitando a oportunidade, o antagonista saca uma arma de sua gaveta, aponta para o inimigo e atira, mas o protagonista consegue desviar.

Trama 2: A mocinha da história pisa fundo no acelerador. Um semáforo à sua frente fica vermelho, mas ela o ignora e vira a esquina a toda velocidade – apenas para se deparar com uma mulher atravessando a rua com um carrinho de bebê. Desesperada, ela vira o volante e passa a centímetros dos dois, evitando o atropelamento.

Trama 1: O antagonista tenta atirar novamente, mas a arma falha, dando tempo suficiente para o protagonista pular sobre a mesa em sua direção. Percebendo o movimento, o antagonista move-se rapidamente para o lado e usa o impulso do adversário para lançá-lo pela janela aberta. O protagonista se contorce e consegue, no último instante, agarrar-se à borda da janela.

Trama 2: Ao desviar da deficiente, a mocinha evita o desastre mas perde o controle do carro. Ela move o volante para um lado e para o outro, mas o automóvel simplesmente não responde, e ela percebe que vai colidir de frente com um muro de pedras. Sem alternativas, ela puxa o freio de mão e o carro começa a rodopiar. Mais por sorte do que por qualquer outra coisa, o carro colide de lado com o muro e sai arrastando a lateral, e ela consegue retomar a direção e retornar à estrada.

Para aplicar os *cliffhangers*, basta interrompermos as ações antes de sua conclusão, retomando do ponto onde paramos na próxima cena da trama. Leia o exemplo a seguir e compare com o anterior para perceber a mudança do nível de tensão em todas as cenas:

Trama 1: O protagonista dá um soco no antagonista, que é atirado sobre a mesa de seu escritório. Aproveitando a oportunidade, o antagonista saca uma arma de sua gaveta, aponta para o inimigo e atira.

Trama 2: A mocinha da história pisa fundo no acelerador. Um semáforo à sua frente fica vermelho, mas ela o ignora e vira a esquina a toda velocidade – apenas para se deparar com uma mulher atravessando a rua com um carrinho de bebê.

Trama 1: O protagonista consegue se desviar do tiro, e quando o antagonista tenta atirar novamente sua arma falha, dando tempo suficiente para o protagonista pular sobre a mesa em sua direção. Percebendo o movimento, o antagonista move-se rapidamente para o lado e usa o impulso do adversário para lançá-lo pela janela aberta.

Trama 2: Desesperada, a mocinha vira o volante e passa a centímetros da senhora e do bebê, evitando o atropelamento; no entanto a manobra é tão brusca que ela perde o controle do carro. Ela move o volante para um lado e para o outro, mas o automóvel simplesmente não responde, e ela percebe que vai colidir de frente com um muro de pedras.

Trama 1: O protagonista se contorce e consegue, no último instante, agarrar-se à borda da janela. ...

Trama 2: Sem alternativas, ela puxa o freio de mão e o carro começa a rodopiar. Mais por sorte do que por qualquer outra coisa, o carro colide de lado com o muro e sai arrastando a lateral, e ela consegue retomar a direção e retornar à estrada. ...

Neste formato, o leitor irá ler o texto da próxima rapidamente

para saber se o protagonista levou o tiro. Ao concluir a cena da trama seguinte, o leitor ficará em suspense para saber se a mocinha irá ou não atropelar o bebê ou sua mãe, o que o fará aumentar a velocidade de leitura da próxima trama, e assim por diante. É um truque simples, mas que com grande potencial de aumentar o interesse do leitor pela leitura.

Outra forma de criar um *cliffhanger* é, ao invés de interromper a ação antes de seu fim, levá-la até o fim mas não mostrar o resultado para o protagonista. Por exemplo, ao invés de dizer:

“João tentou inutilmente se soltar, mas os capangas eram fortes demais e o mantiveram preso à cadeira. O mafioso se aproximou com um sorriso no rosto e uma faca na mão. Sem hesitar, o malfeitor balançou a faca em um movimento rápido e cortou sua orelha. João gritou tanto de surpresa quanto de dor.”

Diga:

“João tentou inutilmente se soltar, mas os capangas eram fortes demais e o mantiveram preso à cadeira. O mafioso se aproximou com um sorriso no rosto e uma faca na mão. Sem hesitar, o malfeitor balançou a faca em um movimento rápido. João gritou.”

Neste segundo formato, o leitor sabe que alguma coisa aconteceu porque João gritou, mas se João foi ferido ou se foi só um susto, ou onde foi ferido, é algo que só será revelado mais adiante.

Com certeza há várias formas de deixar o leitor “à beira do abismo”, o importante é espicaçar sua curiosidade ao máximo para criar um livro que não pode ser largado.

Uma ferramenta muito utilizada em conjunto com os *cliffhangers*, embora tenha vida própria, são os *jumpcuts*.

O termo *jumpcut* é comumente utilizado na área de cinema para indicar um corte onde parte da ação não é mostrada para o público, saltando direto para suas consequências.

Este tipo de técnica é muito útil para acelerar a trama em momentos em que a ação em si não é importante e que sua descrição detalhada só iria deixar a trama mais longa, sem beneficiá-la. Por exemplo, pode-se mostrar um homem bêbado, cambaleando à beira de uma piscina, com sua visão indo e vindo; e

a cena seguinte mostra este mesmo homem acordando, encharcado e passando por uma respiração boca-a-boca. A cena da piscina nunca é mostrada, nem é necessária.

Também é possível utilizar esta técnica para “saltar” determinada cena que, se descrita em detalhes, seria tão forte que poderia atrapalhar o ritmo da trama. Por exemplo, se a obra é sobre os dramas psicológicos que sofre uma mulher após provocar um aborto, descrever a cena do aborto em si tornaria o nível de tensão no início do livro muito forte e poderia deixar o leitor entorpecido para as cenas seguintes, que seriam mais focadas em dramas internos da personagem. Assim, é possível mostrar a personagem ainda com dúvidas, mas sendo levada pelo namorado a uma clínica de aborto clandestina, e a seguir ela em casa, sozinha, chorando. Obviamente, partes desta cena que foi saltada podem aparecer mais tarde na trama, no formato de *flashbacks*, em momentos de reflexão da personagem.

Este recurso, quando utilizado junto com os *cliffhangers*, ajuda a manter a tensão por mais tempo. Desta forma, se uma cena termina em um *cliffhanger*, no ápice da tensão, ao retomar a trama saltamos ligeiramente para frente, sem mostrar os detalhes do que ocorreu com o protagonista.

Por exemplo, ao retornar à trama de João (aquele, que teve sua orelha cortada por mafiosos), podemos apresentar uma cena com João falando, parando de vez em quando para gemer de dor, depois vendo o sangue escorrendo por sua roupa, mas nunca mencionar a falta da orelha – que só vai ser descoberta pelo leitor mais tarde, quando alguém receber esta orelha como aviso. Este tipo de técnica deixa o leitor tenso porque ele não sabe exatamente o que houve, mesmo sabendo que foi algo grave e isso, novamente, aumenta sua velocidade de leitura e sua imersão na obra.

Na próxima seção veremos um tipo diferente de revisão: a inclusão dos sentidos na obra.

REVISÃO: OS SEIS SENTIDOS DO PERSONAGEM

Quando escrevendo a primeira versão de seu livro, usualmente o autor está empolgado com o desenrolar da trama e sua escrita concentra-se muitas vezes nos sentidos mais facilmente transcritos para o papel: a visão e a audição – e mesmo a audição muitas vezes é restrita aos diálogos e alguns ruídos essenciais à narrativa, como gritos, barulhos de tiro e outros.

Pois bem, o cerne da revisão dos sentidos é rever todo seu texto procurando oportunidades para ressaltar todos os sentidos do personagem: visão, audição, olfato, tato, paladar e um sexto sentido, a intuição.

Vejamos um exemplo para deixar bem claro o uso deste importante método de revisão. Suponhamos que o autor esteja revendo uma cena que tem o objetivo de gerar suspense, e se depara com o seguinte trecho:

“Ela saiu de casa agoniada e viu a lua cheia nascendo no horizonte”

Veja que o trecho só fala sobre o sentido da **visão**, que se mostra pouco eficaz em gerar o suspense desejado. Vejamos algumas possíveis versões para este texto, um para cada sentido adicional:

•**Olfato**: “Ela saiu de casa agoniada e viu a lua cheia nascendo no horizonte. Percebeu então um cheiro acre e doce que impregnava a rua, e varreu o asfalto com os olhos procurando por algum animal morto.”

•**Paladar**: “Ela saiu de casa agoniada e viu a lua cheia nascendo no horizonte. Um gosto amargo subiu à sua boca, um gosto de medo que ela bem conhecia mas que não sentia desde que havia fugido da casa do padrasto, há cinco anos.”

•**Audição**: “Ela saiu de casa agoniada e viu a lua cheia nascendo no horizonte. O silêncio atingiu-a mais forte do que

qualquer ruído o faria: não havia o burburinho de pessoas normal àquela hora, nem barulho vindo das casas próximas, nem mesmo o rumor distante de carros.”

•**Tato:** “Ela saiu de casa agoniada e viu a lua cheia nascendo no horizonte. Parou ainda no alpendre e tocou instintivamente na grossa coluna que sustentava o telhado. Puxou a mão imediatamente: ao invés da dureza tranquilizadora da madeira, seus dedos haviam tocado em algo úmido e esponjoso.”

•**Intuição:** “Ela saiu de casa agoniada e viu a lua cheia nascendo no horizonte. Sempre associara a lua com romance e vê-la nascendo invariavelmente trazia um sorriso ao seu rosto, mas naquele momento algo dentro de si dizia que aquele luar só lhe traria desgosto e traição.”

Obviamente, estes trechos são apenas exemplos do que pode ser feito, um pouco exagerados para deixar claro o que se pretende com esta técnica de revisão. Cabe ao escritor pesar, conforme cada momento da trama e seu estilo pessoal, quando utilizar esta técnica.

Lembre-se de que quanto mais descrições, maior o suspense, mas também menor a velocidade de leitura, portanto um livro rico em descrições dos sentidos será bastante lento – coisa comum em livros antigos, mas que não cai muito no gosto do leitor atual.

REVISÃO FINAL: ORTOGRÁFICA E GRAMATICAL

A última das revisões a ser realizada em seu livro é a revisão ortográfica e gramatical, que idealmente deve ser realizada por um profissional especializado.

Esta revisão é importante pois um ponto que pode ser decisivo para a escolha do livro para a publicação é a sua correção.

A primeira seleção de uma obra, nas editoras, geralmente é realizada por um assistente do editor, que irá normalmente ler dez ou vinte páginas da obra para verificar a sua qualidade. Quando estas primeiras páginas o interessam, a obra é selecionada para uma avaliação mais cuidadosa.

Ora, se logo na primeira página este assistente encontra uma série de erros de português, muitas vezes ele se desanima e já abandona o livro – afinal, muitos livros chegam todos os dias e é necessário realizar uma seleção rápida, mesmo que não seja da maneira ideal.

A capacidade de escrever corretamente e a capacidade de contar boas histórias são duas coisas totalmente diferentes, embora por vezes associadas. Quando um autor sabe contar grandes histórias e escrever bem, o apoio de um revisor ajudará a corrigir os pequenos deslizos que todos cometemos; mas quando o autor tem dificuldades com ortografia, gramática ou concordância, a ajuda do revisor é imprescindível.

Um bom revisor, além de verificar erros de português, poderá também indicar repetições, uso excessivo de voz passiva, uso de “gerundismos” (emprego indevido do tempo verbal gerúndio) e outros problemas que podem “empobrecer” o texto, dando dicas de pontos onde o escritor pode mudar suas frases para melhorar a obra.

xperiência pessoal: Em meu primeiro livro, “A Caixa de Pandora e outras histórias”, publicado em 2000, lembro

E perfeitamente que fiquei surpreso quando o revisor (o também escritor Joilson Portocalvo) me disse que eu usara a expressão “olhar pelo canto dos olhos” quatro vezes durante o livro e que um leitor atento estranharia isso. Isso me fez perceber a importância de um revisor de qualidade para qualquer livro.

Nunca confie apenas na revisão do editor eletrônico de textos – além destes revisores fazerem apenas uma avaliação superficial do texto, deixando passar diversos erros, por vezes eles ainda sugerem falsas “correções” que, na verdade, incluirão erros em seu texto.

Outra revisão que pode ser realizada, semelhante a esta mas um pouco mais complicada mas não menos importante, é a revisão das “vozes” do narrador e dos personagens e da coerência da trama. O narrador está se apresentando de forma coerente em todo o livro? Os tempos e as pessoas verbais são sempre os mesmos? Cada personagem mantém uma forma única e coesa nos diálogos, ou seja, sua forma de falar é sempre a mesma, ou modifica-se de maneira coerentes com sua evolução?

Cada escritor realiza estas e outras revisões ao fim da escrita, mas a maioria não tem uma lista organizada dos pontos a revisar, fazendo isso de forma instintiva. O “pulo do gato” aqui é justamente este: Organize-se, criando tal lista e você poderá passar por esta fase de maneira mais eficiente e efetiva.

Há alguns anos, ao visitar uma exposição de Clarice Lispector, tive a grata surpresa de deparar-me com tal lista criada pela escritora. Em uma página escrita a mão, lá estavam alguns “truques” que ela usava em suas revisões, por exemplo: “Não nada como um peixe – é um peixe”, indicando que todas as comparações deviam ser trocadas por afirmações diretas.

Esta lista vai crescendo e se modificando a cada livro, então cada vez que você perceber algum erro comum em sua escrita, ou alguma forma de escrever que você acha mais interessante, anote isto para não deixar a ideia cair no esquecimento.

Experiência Pessoal: Em “Daniel Dante e os Nove Círculos do Inferno”, descobri várias novas formas de revisar, algumas delas específicas do livro. Por exemplo:

diminuir a quantidade de menções a nomes de personagens e a palavra como “ele” ou “ela”, que muitas vezes são inúteis na frase (“Ele correu em direção ao abismo” é o mesmo que “Correu em direção ao abismo”); retirar todas referências a “expressão de” e semelhantes (ele não “está com cara de angustiado”, ele “está angustiado”); e incluir mais pensamentos dos personagens (que, na obra, são frases curtas entre aspas que aparecem eventualmente e reforçam a dualidade dos personagens, que falam uma coisa e por vezes pensam outras)

Obviamente há muito mais “tipos de revisão” possíveis - cada autor tem sua lista, e cada livro pode demandar tipos de revisão diferentes.

O que devemos ter em mente é que a teoria, na prática, é diferente! O único jeito de saber se algo realmente funciona é exercitando, o que nos leva aos três maiores segredos para aprender a escrever bem: escrever, escrever e escrever!

Lembre-se que só há dois tipos de escritores: os que escrevem bem, e os que desistem antes. Vamos, então, praticar!

ERROS COMUNS NA FASE DE REVISÃO

Embora muitas vezes deixada de lado por autores iniciantes, a fase revisão é essencial para garantir um bom resultado final e, portanto, uma maior chance do livro ser selecionado para publicação. Erros comuns nesta etapa incluem:

Não realizar esta fase: Ao terminar a obra, o autor iniciante pode ficar tentado a não realizar as revisões necessárias e imediatamente enviar seu trabalho para as possíveis editoras. É necessário resistir a este impulso; lembre-se sempre que você só terá uma chance de ser escolhido quando seu original for lido pelo responsável pela seleção dentro da editora e que a concorrência é grande!

Demorar demais nesta fase: Em toda obra de arte, o artista sempre acha o que aperfeiçoar em seu trabalho, mas em algum momento ele precisa dá-la por concluída. Evite gastar tempo demais nas revisões – idealmente, após sua primeira revisão, contrate um revisor profissional ou um leitor crítico, para ter uma noção precisa de onde vale a pena gastar seu esforço.

Levar-se a sério demais: Aceite críticas! Não leve seu trabalho a sério demais e nunca leve as críticas para o lado pessoal. Um bom profissional sabe entender que críticas são visões pessoais sobre como o trabalho pode ser melhorado e estas sugestões de melhoria são sempre bem vindas. Pense com calma sobre cada comentário, analise possíveis mudanças em sua obra e decida pelo melhor caminho, conforme sua intuição. E lembre-se: quando as sugestões vêm de uma pessoa com experiência de mercado (seu editor ou agente literário, por exemplo), elas devem ser analisadas com cuidado redobrado. Esteja sempre aberto para aceitar sugestões de melhoria!

Não levar-se a sério: Acredite no seu trabalho, não aceite qualquer crítica sem avaliar se ela realmente é significativa! A

melhor pessoa para dizer se seu trabalho é bom é sempre você mesmo; portanto se você avaliar a opinião de um crítico e acreditar que ela não se aplica, fique à vontade para ignorá-la. Lembre-se que escrever bem é uma arte e que as pessoas que revolucionaram as artes sempre foram as que colocaram suas opiniões particulares acima das opiniões dos críticos de sua época.

EXERCÍCIO – ESCRREVENDO A PRIMEIRA VERSÃO DE SEU LIVRO

Se você está seguindo este livro passo a passo como orientador em seu processo de escrita, você deve ter em mãos agora a primeira versão de seu livro, pronta para ser revisada.

Se não é o caso, recorra a um livro seu, já escrito, ao original de um colega escritor a que você tenha acesso ou, em último caso, a um livro qualquer que você tenha lido recentemente.

De qualquer forma, o início do exercício sugerido é simples: preparar a primeira versão de sua lista de revisões e aplicá-la.

Abra sua ferramenta de trabalho predileta (caderno, notebook, tablet...) e, revendo as técnicas de revisão sugeridas neste capítulo, monte a lista de revisões na forma de tópicos, por exemplo:

- Cortar pelo menos 10% da quantidade total de palavras
- Revisar diálogos – cada personagem tem voz própria?
- Incluir *cliffhangers* sempre que for possível ao fim dos capítulos
- Revisar texto para incluir menção aos seis sentidos em momentos de tensão
- Buscar oportunidades para trocar a ordem das cenas
- Incluir *framing* nos *flashbacks*
- Vários etc.

Sua lista pode ser tão longa ou tão curta quando você desejar, apenas como parâmetro, em meu último livro minha lista de revisões começou com oito pontos, mas terminei realizando quinze revisões. Você deve parar o mais rápido possível de fazer revisões, mas só deve parar quando sentir que a obra está pronta para ser apreciada por leitores e editores.

Evite a tentação de fazer duas ou três revisões ao mesmo tempo, e muito menos tentar fazer uma “grande revisão” genérica, olhando um pouco de tudo ao mesmo tempo, pois seguindo estas abordagens a chance de você deixar passar algo significativo, e que pode comprometer seu livro aos olhos do leitor – ou do editor – é

muito grande!

No próximo capítulo vamos falar um pouco sobre a leitura crítica, apresentando uma lista inicial com pontos que você pode querer avaliar, ou que alguém avalie, em seu livro, após estas revisões.

LEITURA CRÍTICA

SOBRE O QUE É LEITURA CRÍTICA, A SUA IMPORTÂNCIA E PONTOS PRINCIPAIS QUE UM LEITOR CRÍTICO AVALIA EM UM TEXTO

A leitura crítica, em poucas palavras, é a opinião de um leitor acostumado a ler muitos livros sobre a qualidade de determinada obra literária.

Falando assim não parece grande coisa, mas o que torna esta leitura valiosa é justamente porque ela traz a opinião de um leitor que analisou o original à procura de falhas, diferente de amigos que usualmente são os primeiros leitores.

Para as editoras, esta opinião é essencial para poder selecionar os originais de melhor qualidade do conjunto de obras que, todos os dias, chegam às suas mãos.

Para você, escritor, é essencial poder contar com a análise de um leitor que não dará sua opinião simplesmente para agradá-lo - pelo contrário, um leitor que estará pronto para mostrar os erros da obra. Como já reforçamos anteriormente, você precisa estar aberto a críticas e efetivamente promover revisões para melhorar os problemas apontados pelo leitor crítico, de outra forma pagar a um leitor crítico será um desperdício de dinheiro.

Vejamos detalhes destas leituras críticas nas próximas seções.

A LEITURA CRÍTICA REALIZADA PARA AS EDITORAS

Todas editoras têm um cadastro de leitores críticos, que ajudam na avaliação dos originais de novos autores. Os leitores críticos são simplesmente pessoas que tem um alto índice de leitura e que, muitas vezes de graça, recebem os originais da editora para leitura e os devolvem com sua avaliação pessoal.

Algumas editoras mantêm em seu quadro profissionais com formação na área de literatura ou experiência de mercado para realizar estas leituras, mas como a quantidade de material que chega é muito grande, normalmente elas mantêm um cadastro de leitores para ajudar na tarefa.

Este cadastro de leitores críticos normalmente é organizado conforme o estilo que cada um gosta de ler; e muitas vezes a opinião do leitor crítico é suficiente para descartar um original. Por outro lado, caso o leitor goste do livro, normalmente a editora irá pedir a opinião de um segundo leitor, ou a obra será avaliada pela equipe editorial.

O resultado desta leitura crítica é, na maioria das vezes, uma carta indicando se o leitor gostou ou não do trabalho, se acha que ele é de qualidade e os principais problemas encontrados, de maneira geral. Esta carta pode ou não ser encaminhada para o autor, conforme a política de cada editora, mas mesmo quando é encaminhada nem sempre ela é de grande ajuda, pois não existe um padrão para estas avaliações e enquanto algumas são bastante informativas, outras são vagas o bastante para frustrar qualquer autor.

Para a editora não é importante que a leitura crítica seja precisa ou que ofereça quaisquer sugestões de melhoria, exceto nos casos onde o leitor crítico gosta da obra, mas tem pequenas ressalvas que devem ser melhoradas para torná-la mais adequada à publicação.

A LEITURA CRÍTICA REALIZADA PARA OS ESCRITORES

Avaliar um original, seja um quadro, uma composição musical ou um livro, é sempre uma tarefa subjetiva. Por mais que tentemos objetivar a análise, dividindo a obra e analisando-a sobre diferentes aspectos, ainda assim sempre resta uma grande dose de subjetividade, sendo portanto o resultado, em última instância, uma visão pessoal do avaliador.

No caso de uma leitura crítica realizada a pedido do autor, esta busca pela objetividade deve ser ainda maior, pois ao escritor, talvez até mais que a opinião geral do leitor sobre a obra, interessam os principais problemas encontrados e, se possível, alguma sugestão sobre como resolvê-los.

Obviamente, as opiniões do leitor crítico se baseiam em sua experiência como leitor e, inevitavelmente, podem ser influenciadas por seu gosto pessoal; de forma que sua opinião não é um atestado de qualidade (ou de falta desta); mas sim pontos de partida para que o autor veja sua obra por outros olhos e possa, caso desejado, burilá-la para torná-la mais palatável ao leitor.

É muito difícil, se não impossível, para o autor realizar uma leitura crítica em seu próprio texto. Alguns leitores críticos oferecem seus serviços cobrando um valor por página lida; mas alternativamente você pode procurar por outros escritores e estabelecer um pacto de troca de serviços, onde cada um se compromete a avaliar um original do outro. Se for este o caso, lembre-se sempre de estabelecer critérios objetivos (por exemplo, quantidade de palavras) para a troca de serviços, para não se sentir prejudicado caso tenha que ler um original de quinhentas páginas em troca de uma opinião sobre seu original de cento e cinquenta.

Experiência Pessoal: “O Nome da Águia”, meu primeiro romance, foi lido por nada menos que sete amigos a quem deixei bem claro que a obra ainda não estava

terminada e que queria conhecer seus problemas. Os comentários foram os mais diversos, desde revisões ortográficas até alterações no ritmo da trama. O problema de ritmo foi indicado por dois leitores para o mesmo capítulo (que estava “muito lento” depois de uma sequência de capítulos extremamente rápidos), e resultou na retirada deste capítulo da versão final e o ajuste de cinco outros capítulos, de forma a manter a tensão e o ritmo da trama em uma sequência mais natural para o leitor.

No caso de contratar um serviço de leitura crítica, procure saber como será realizado o serviço, peça para ler resultados (devidamente descaracterizados) de outras análises que o leitor tenha realizado, para saber se experiência do profissional justifica a cobrança pelo serviço. Fazendo assim, você evita pagar por algo que não atenderá às suas expectativas, pois infelizmente há muita gente iniciando neste mercado e querendo ganhar dinheiro à custa dos outros, sem o retorno devido.

Na próxima seção apresentamos alguns dos possíveis pontos avaliados em uma leitura crítica mais objetiva.

ALGUNS PONTOS AVALIADOS PELA LEITURA CRÍTICA

Uma leitura crítica bem realizada irá avaliar seu original por diversos ângulos diferentes, buscando encontrar falhas que possam comprometer sua aceitação pela editora e pelos leitores.

Existe um “conjunto básico” de boas práticas que todos os escritores, especialmente os iniciantes, devem seguir para garantir que seu original será bem recebido.

Voltando brevemente à discussão sobre arte e ofício que fizemos no início deste livro, devemos lembrar que uma obra que atenda a estes quesitos básicos não necessariamente é uma obra de qualidade, da mesma forma que uma obra pode ter qualidade sem atender a algum destes quesitos.

Esta discussão sobre o que é ou o que não é “de qualidade” é interminável e não leva a nenhum argumento que não seja irrefutável. O que iremos expor aqui, portanto, são os pontos que serão avaliados pelos leitores críticos e pelas editoras, ou seja, os pontos que um original deve atender para aumentar suas chances de ser aceito para publicação.

Vale destacar, ainda, que a lista a seguir não é extensiva, mas ainda assim é um excelente ponto de partida para a avaliação de qualquer original.

Coesão ou Continuidade - A coesão se refere à integração entre frases, parágrafos, capítulos e tramas do livro, indicando se o autor consegue manter uma narrativa onde os elementos estão sempre conectados, que facilita a leitura, ou se dá “pulos” que podem vir a confundir o leitor. Um exemplo simples de problema de continuidade: em um parágrafo vemos o protagonista buscando resolver um problema e no seguinte ele agindo como se o problema não existisse, sem nenhuma pista como foi resolvido. Normalmente, se o leitor precisa retornar e reler alguma parte do texto para entender a conexão entre as duas partes, ou se ele não entende a

passagem de um ponto para outro da trama, estamos enfrentando um problema de continuidade.

Consistência - A consistência se refere à qualidade da obra de manter a mesma “voz” ou forma narrativa em sua totalidade, ou dentro de cada trama que eventualmente justifique “vozes” diferentes. Por exemplo, se a narrativa está sempre em primeira pessoa e em determinada parte ela passa à terceira pessoa sem justificativa para tal, isso é um problema de consistência da voz narrativa.

Coerência - A coerência se refere à capacidade do autor de criar uma realidade coerente para sua história, sem “surpresas” que pareçam não se encaixar na realidade apresentada. Está intimamente ligada à suspensão da descrença. Os erros de coerência por vezes são fáceis de descobrir, mas se a narrativa ocorre em algum local ou tempo exótico, podem ficar bastante escondidos, sendo perceptíveis apenas aos leitores mais atentos ou experientes. Os erros podem ser básicos, como uma pessoa comum, classe média, utilizar um celular em uma trama que se passa no final dos anos 80; ou bem mais sofisticados, como incluir cavaleiros com “armaduras reluzentes” no século VI, quando as armaduras eram criadas basicamente com couro.

Concisão - A concisão se refere à qualidade do texto, não apresentando “pontas soltas” ou divagações que não contribuem para a história como um todo. Também é conciso o texto que evita rodeios e que não peca pelo excesso de detalhes, que impactam no ritmo da leitura. Obras comerciais raramente possuem narradores dados a arroubos poéticos ou filosóficos, com raras e honoráveis exceções o narrador e os personagens devem se ater ao que é necessário para o desenvolvimento da trama.

Clareza - A clareza indica se o texto é ou não facilmente lido. Textos rebuscados, com excesso de palavras eruditas ou excesso de detalhes inter-relacionados pecam pela falta de clareza, embora a falta de clareza por si só não possa ser usada como um indicativo da qualidade da obra.

Cadência - A cadência, ou ritmo, do texto é resultante da velocidade de leitura sugerida pela fluidez e clareza do texto e pela

organização das tramas e capítulos. A cadência está associada a diversas outras características do texto, incluindo a concisão e a consistência. Um texto que seja bom em outros aspectos, mas que tenha uma cadência ruim, leva o leitor a ter a impressão de que as coisas demoram a acontecer, que a ação não se desenvolve. Embora ter uma cadência lenta possa ser recurso narrativo válido, os autores novos devem usar isso com cuidado, sob a pena de cansar os leitores antes que eles cheguem à essência da obra. Um exemplo clássico desta abordagem pode ser visto em “O Nome da Rosa”, onde Umberto Eco deixou claro que as primeiras centenas de páginas são deliberadamente lentas para “transportar o leitor à velocidade com que as coisas aconteciam na Idade Média”.

Correção - O leitor crítico não indica os erros ortográficos, gramaticais ou de concordância, ele simplesmente irá indicar que a obra necessita de revisão. Embora as editoras normalmente contem com revisores e este problema isoladamente não afete a avaliação geral da obra, o escritor deve estar ciente que uma obra com muitos erros de português pode desanimar os avaliadores da editora, fazendo-os desistir da leitura nas primeiras páginas.

Diagramação - A avaliação da diagramação só é avaliada pelo leitor crítico quando o original é enviado a ele já diagramado (o que não é muito comum) e quando esta diagramação é significativa para a obra. Algumas regras básicas se aplicam, como por exemplo evitar grandes trechos em itálico ou negrito, que dificultam a leitura da obra. Além disso, diagramações que demandem algum cuidado especial em cada página, como por exemplo utilizar fontes diferentes para tramas diferentes, devem ser usadas com muito cuidado, pois além de encarecerem a produção da obra (o que pode desestimular algumas editoras), demandam uma revisão cuidadosa pois qualquer erro pode comprometer a compreensão do leitor.

Linguagem - A avaliação da linguagem ou “voz narrativa” visa indicar se há alguma característica específica da linguagem que se destaca no livro e que com isso ajuda ou prejudica a leitura. Por exemplo, um livro com uma linguagem carregada de regionalismos pode ser interessante se a história se passa na região onde seu uso é comum, mas pode soar estranho se a história não é regionalista,

parecendo que o escritor não tomou o cuidado de evitá-los.

Personagens - A avaliação dos personagens envolve múltiplas dimensões, como por exemplo: Os personagens têm características marcantes, que reforçam sua individualidade? Cada um tem uma forma única de falar, e mantém esta forma durante todo o livro? Todos personagens são necessários para a trama? Um bom leitor crítico vai avaliar as múltiplas facetas dos personagens e indicar se, em última instância, eles convencem o leitor, fazem o leitor acreditar que são reais e, principalmente, se importar com seus destinos - sem isso, nada salva a história.

Abertura - As primeiras frases do livro devem ser impactantes, de forma a deixar o leitor curioso desde o primeiro momento. Como vários leitores, ao avaliar um livro nas livrarias, leem as primeiras linhas para ter uma ideia do estilo do autor, uma abertura “morna” pode comprometer o interesse dos leitores e, em consequência, as vendas do livro.

Trama - A trama (e suas subtramas) devem ser avaliadas para ver se, no geral, estão evoluindo no ritmo adequado, não tem pontas soltas, se a forma como o texto evolui não gera confusão, e mesmo se há alguma forma mais interessante de apresentar a história. Um texto com excesso de flashbacks pode ser confuso, um texto com excesso de backstory vai ser arrastado, pois a trama vai demorar a evoluir, um texto onde as soluções parecem “cair do céu”, sem relação de causa e efeito, causam no leitor uma sensação de frustração, de se sentir enganado. Um bom leitor crítico vai avaliar estas e outras questões associadas a estrutura da obra e prover sugestões de como corrigir os problemas encontrados ao autor.

Fechamento: O encerramento do livro é, junto com a abertura, uma das partes mais importantes da obra. Se a abertura é o que captura o interesse inicial do leitor, é o encerramento que precisa deixá-lo satisfeito o suficiente para indicar o livro a outros leitores e, futuramente, comprar os próximos livros do autor. O desfecho da trama principal precisa parecer inevitável e, ao mesmo tempo, precisa ser imprevisível.

Além dos pontos acima, uma boa leitura crítica irá apresentar uma conclusão com os principais aspectos que chamaram a atenção do leitor, que apresenta sua opinião sobre quais são os pontos fortes da obra e o que falta – caso falte algo – ao original para que fique “pronto para ser entregue” a uma editora.

Um dos pontos mais importantes desta conclusão é o veredicto

do leitor sobre a capacidade do texto de criar e manter a chamada “suspensão da descrença”, ou verossimilhança, se preferirem.

Ao iniciar uma leitura, o leitor – seja ele crítico ou não – está com a mente no mundo real, onde não há escolas de magia, monstros no jardim ou discos voadores. Se o texto consegue levar o leitor a “acreditar” na realidade apresentada, por absurda que seja, o escritor conseguiu “suspender a descrença” do leitor nesta realidade, enquanto lê. Ele aceita que, na realidade do livro, aqueles pontos absurdos são verdadeiros.

A “suspensão da descrença” é na verdade o somatório de todas as características comentadas anteriormente, indicando se o original consegue garantir a apropriada imersão do leitor na obra, ou se, por algum motivo, o leitor se sente “de fora” da narrativa em alguma parte do livro.

Este é um ponto crucial para qualquer livro e que leva à regra do “*show, not tell*” (“mostrar e não contar”) que é ensinada na maioria dos cursos de escrita criativa. Se o leitor sente que estão lhe contando a história como em uma palestra ou uma aula, ele raramente conseguirá se envolver.

Um dos piores pecados que um escritor pode cometer é quebrar esta suspensão da descrença, o que geralmente ocorre com “surpresas” na narrativa, fatos inesperados que quebram a coesão e a coerência da história.

Por exemplo, se a história apresenta um mundo onde crianças podem entrar em uma escola de mágica e, no aprendizado, se envolverem em diversos problemas envolvendo magia, o leitor aceita isso como uma verdade para aquela história. No entanto, se mais adiante na narrativa o protagonista descobre que seu rival é, na verdade, um alienígena oriundo de Marte, o leitor irá se sentir traído, porque em nenhum momento ele foi convencido que, na realidade do livro, havia alienígenas entre os humanos.

O exemplo acima demonstra bem a questão da quebra da descrença de maneira exagerada; mas ele pode ocorrer de maneira bem mais sutil, por exemplo através de um comentário do narrador explicando algum ponto da história como alguém que esclarece um fato histórico em um livro didático. Se em algum momento o livro faz

com que o leitor lembre que está “apenas lendo um livro” e ele é um leitor e não um participante da história, há esta quebra da suspensão da descrença.

ERROS COMUNS NA CONTRATAÇÃO DE UMA LEITURA CRÍTICA

Poucos autores contratam um serviço profissional de leitura crítica, até por isso há poucos profissionais que realizam este serviço no Brasil. De qualquer forma, se você não tem dinheiro, sempre há a possibilidade de você contatar um colega escritor e combinar uma “troca de serviços”, onde cada um critica o original do outro, ou mesmo pedir que algum amigo que seja um bom leitor realize esta leitura para você – desde que você deixe claro que quer saber dos problemas, e não das qualidades de sua obra. O resultado pode não ser totalmente profissional, mas com certeza será um segundo e importante olhar sobre seu trabalho, antes de levá-lo às editoras ou ao público.

Erros comuns nesta etapa - além de todos os erros da etapa de revisão, vistos no capítulo anterior - incluem:

Fazer esta fase para alimentar seu ego: Se você está querendo contratar um leitor crítico para ouvir que sua obra está perfeita, desista desde já e economize algum dinheiro. TODOS originais, sem exceção, têm pontos falhos, então é mais realista contratar um leitor crítico com medo do que ouvirá do que com esperanças de ouvir elogios!

Faltar humildade ou persistência: Analise com calma as orientações do leitor crítico e efetivamente as aplique em seu livro. Na dúvida, especialmente se você é iniciante, aceite a opinião do leitor crítico e ajuste seu livro de acordo. Não aceitar as alterações simplesmente porque não quer dar o braço a torcer de que seu trabalho pode ser melhorado, ou por preguiça de refazer boa parte de um trabalho que você julgava concluído, é o melhor caminho para que sua obra não atinja seu potencial para deslumbrar leitores e editores.

Não fazer esta fase para economizar dinheiro: Como já falei,

este trabalho pode ser realizado por conhecidos ou amigos, e se você conseguir diversos leitores críticos o resultado com certeza será melhor, suprimindo esta falta de profissionalismo.

EXERCÍCIO – FAZENDO SUA LEITURA CRÍTICA

O exercício deste capítulo é diferente daqueles dos capítulos anteriores pois parte do esforço deverá ser realizado por voluntários ou contratados por você, na posição de escritor.

A primeira tarefa, não necessariamente fácil, é conseguir um (ou vários...) leitor crítico para seu trabalho, seguindo as orientações deste capítulo.

A segunda e mais difícil parte é exercitar seu desapego em relação ao texto, verificando se as sugestões do(s) leitor(es) crítico(s) procedem, partindo do pressuposto que, como leitor típico, as sugestões deles SEMPRE procedem.

Por fim, a parte trabalhosa é ajustar seu original para tirar as arestas indicadas na leitura crítica, deixando a sua obra pronta para, finalmente, ser levada a leitores e editores.

No próximo capítulo damos algumas dicas para facilitar este próximo passo, sempre difícil para quem está começando.

CHEGANDO À EDITORA

SOBRE OS CAMINHOS - E DESCAMINHOS - PARA SE CHEGAR A UMA EDITORA, E OS PRÓS E CONTRAS DE SE OPTAR, ALTERNATIVAMENTE, POR UMA PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE.

Com seu original pronto e revisado, chegou a hora de definir os próximos passos para a publicação.

Atualmente há muitas opções para a publicação, e a escolha entre elas nem sempre é simples, até porque cada uma dela tem suas vantagens e desvantagens. Dentre os prós e contras das escolhas mais comuns se destacam:

Publicar por uma editora:

- **Prós:** a editora realiza todo “trabalho pesado”: revisão, diagramação, capa, criação da ficha catalográfica e registro do ISBN, conversão para formato digital, distribuição (em papel e para canais de vendas de livros digitais, divulgação, controle de vendas, etc.; e por ter experiência usualmente o livro fica com uma aparência mais “profissional”;
- **Contras:** distribuição usual dos royalties: 60% para as livrarias e distribuidoras, 30% para a editora, 10% para o autor;

Autopublicar:

- **Prós:** 100% da receita é sua em vendas diretas; em vendas consignadas depende de cada caso, variando de 30% a 60% para a livraria ou distribuidor de livros digitais (grandes redes usualmente cobram percentuais maiores, e na maior parte das

vezes não aceitam livros direto do autor);

- **Contras:** todo o “trabalho pesado”: necessidade de pagar e gerenciar: revisão, diagramação, capa, ficha catalográfica, registro do ISBN; impressão (caso seja em papel), negociação com empresa de impressão sob demanda ou distribuidores de livros digitais, controle de vendas, armazenamento (caso seja em papel), etc.

A autopublicação pode parecer atrativa a princípio por aparentar ser mais fácil: você comanda todo o processo, e publica o livro do jeito que desejar, sem interferências nem precisar negociar com editoras. No entanto, é imprescindível a contratação de profissionais para a revisão, diagramação e produção da capa, sob a pena de seu livro ter uma aparência amadora e afastar o leitor antes mesmo que ele tenha a oportunidade de conhecer seu trabalho. No próximo capítulo serão vistos mais detalhes sobre a autopublicação.

Já quanto ao envio a editoras, não adianta enviar seu livro para dezenas de editoras ao mesmo tempo, achando que isto irá aumentar suas chances de ser escolhido. O importante, isso sim, é enviar o livro para aquelas editoras que têm a maior chance de querer publicá-lo, sob a pena de gastar tempo e dinheiro - seus e das editoras.

Nas próximas seções veremos diversos aspectos do mercado e dos processos de seleção de originais das editoras, de forma a dar uma base para que você faça seu próprio juízo sobre a melhor forma de entrar neste mercado.

Afinal, embora muitos autores iniciantes procurem por isso, infelizmente não existe “fórmula mágica” para tal.

O MERCADO EDITORIAL NO BRASIL

Antes de falarmos do envio da obra para as editoras, vamos destacar algumas informações estatísticas para que você tenha uma melhor noção do mercado nacional para livros. Os números aqui mencionados fazem parte da pesquisa anual sobre Produção e Venda do Setor Editorial Brasileiro realizada pela FIPE⁶ para a Câmara Brasileira do Livro e do Sindicato Nacional dos Editores e Livreiros e foram publicamente divulgados à época que a pesquisa foi realizada.

Diversos números da indústria do livro são animadores: de 2007 a 2013 houve expansão do mercado. O número de títulos de 1ª edição ou reedição pulou de 45.092 para 60.829, no período. O que significa um aumento real de quase R\$ 2.4 bilhões no faturamento do mercado.

Esta expansão é benéfica para os novos autores, pois novos espaços estão sempre sendo abertos; e ressalta também a necessidade do escritor de estar sempre produzindo novos títulos para poder manter seu trabalho nas livrarias.

Um último ponto, também importante, é que além desta pesquisa indicar crescimento do mercado editorial em todos os segmentos analisados, ela também indicou uma queda generalizada em termos reais e nominais dos preços médios do livro, iniciando desde 2004.

Em outras palavras, há uma tendência para haver cada vez mais livros de novos autores, em maior quantidade e mais baratos, o que pode ajudar o novo autor tanto a ser publicado quanto a chegar a mais leitores, formando com isso uma base de fãs.

Estes números, no entanto, só significam alguma coisa se seu livro chegar a ser lido pela editora – o que nem sempre acontece. Na próxima seção, falaremos sobre o terror de todo novo autor – a “pilha de lama”.

O QUE É A “PILHA DE LAMA” E COMO EVITÁ-LA

O termo “pilha de lama” é uma tradução mais ou menos literal do inglês “slush pile”, que indica o acúmulo de originais não solicitados, enviados espontaneamente às editoras.

Esta pilha é um assunto controverso – há quem diga que ela nem mesmo existe no Brasil, pois qualquer original que passe mais que três meses sem ser lido é simplesmente descartado pelas editoras.

O fato é que a forma de tratar os originais não solicitados recebidos varia largamente de editora para editora, pelo que não é possível indicar nenhuma regra que seja válida para o mercado como um todo.

Algumas constantes, no entanto, existem.

É fato, por exemplo, que mesmo editoras de pequeno porte recebem algumas dezenas de originais todos os meses e editoras grandes chegam a receber algumas centenas em determinados meses.

Outro fato é que há vários artigos, tanto no mercado nacional quanto no internacional, descrevendo as desventuras dos responsáveis pela seleção de originais e passando a impressão de que quase tudo o que chega de maneira não solicitada às editoras é de má qualidade.

Em um artigo publicado pela editora Salon⁷, por exemplo, Patricia Chuí diz que “Dos ‘Poemas da esposa de Jesus Cristo’ ao ‘Desagradável diário de Papai Noel’, os originais que invadem nosso escritório tornam meu trabalho como editora um sofrido teste de paciência”.

Bernardo Carvalho, falando à Folha de São Paulo⁸, disse que tentou, por três dias, ler textos de uma pilha de originais não solicitados que ninguém conseguia ler na Companhia das Letras. Após este prazo, ele diz que entrou em depressão com a baixa qualidade dos materiais e parou de ler por medo de começar a

escrever como os autores que os enviaram.

Buscando ainda nos manter nos conceitos gerais, é importante destacar que, apesar de haver certo consenso de que a maioria dos originais não solicitados recebidos é de baixa qualidade, também é possível encontrar diversas referências de autores hoje conhecidos que iniciaram suas carreiras enviando seus trabalhos desta forma para diversas editoras.

Em entrevistas para o jornal literário Rascunho e para o caderno Prosa e Verso do jornal O Globo, Luiz Schwartz, editor da Companhia das Letras, disse que já havia publicado autores totalmente desconhecidos, que chegaram à editora sem nenhuma referência, como foi o caso de José Roberto Torero, Sílvia Zatz, Elvira Vigna e Marcelo Duarte, entre outros. Vale à pena citar Schwartz, em uma frase simples que diz tudo:

“Descobrir novos talentos é a principal tarefa de um editor e não é fácil. Se fosse...”.

Outros autores também começaram a partir do zero em outras editoras, como é o caso de Cristina Moutella e Fernanda Young, que começaram na Objetiva; e Antenor Pimenta e Maurício Luz, que iniciaram sua carreira enviando originais à Rocco. Aliás, a Rocco é uma das poucas editoras que tem um aproveitamento regular de originais recebidos via correio – e ainda assim a média é baixa, menos de 5 originais para mais de 500 recebidos por ano⁹.

Apesar de à primeira vista estas declarações parecerem desanimadoras para o autor iniciante, existem algumas formas de se fazer notado dentre as dezenas de outros que chegam todas as semanas nas editoras.

Na próxima seção veremos algumas dicas básicas para isso.

ENVIANDO SEU ORIGINAL PARA A EDITORA CERTA

“Nove entre dez autores iniciantes não se dão ao trabalho de verificar o tipo de obra que a editora publica”¹⁰.

Laura Bacellar

Considerando este número como verdadeiro, caso faça o “dever de casa” e envie seu original para a editora certa, o autor já terá eliminado 90% de sua concorrência.

Por incrível que pareça, enviar o original para a “editora certa” é mais fácil do que parece: basta realizar alguma pesquisa de campo.

O primeiro passo é visitar livrarias e procurar por livros da mesma linha editorial do original que se deseja enviar. Pesquise em diversas livrarias, para ter uma amostragem melhor; ou idealmente visite uma distribuidora de livros de sua região. As maiores diferenças do estoque das distribuidoras em relação ao das livrarias é que as distribuidoras organizam seus originais por editora (e não por assunto, como as livrarias) e, o que nos interessa mais, as distribuidoras possuem uma variedade de livros muito maior que as livrarias.

Quanto maior a compatibilidade do seu original com os livros publicados por uma editora, maiores serão suas chances. Por exemplo, se seu trabalho é um romance com ação e aventura, você terá alguma chance enviando seu livro para uma editora que publica romances, mas terá uma chance maior enviando para uma editora que publique romances com viés de ação e aventura. Se você encontrar uma terceira editora que, além de publicar romances de ação e aventura, também já publicou autores nacionais, especialmente autores novatos, então você terá uma chance ainda maior.

Como sugestão, selecione pelo menos três e não mais que dez editoras. Com isso, você já estará entre aqueles 10% dos autores que enviam seus trabalhos para a editora correta, diminuindo sua

concorrência de, digamos, 500 livros em um ano (quantidade média recebida por uma editora de pequeno para médio porte) para apenas 50 livros.

Mas você pode melhorar suas chances ainda mais.

Outros tantos originais são descartados porque chegam à editora de maneira indevida (arquivos anexados em e-mails, textos escritos à mão ou datilografados, etc). Para evitar que o seu original seja descartado por um detalhe técnico, antes mesmo de ser lido, visite os sites de cada editora na internet e descubra como elas esperam receber originais. Isso lhe dará as informações básicas sobre como enviar o original da maneira esperada pela editora.

Com estas informações em mãos, ligue para cada uma das editoras selecionadas e peça para conversar com o departamento editorial, com a pessoa responsável pela seleção de originais – normalmente, um assistente do editor.

Apresente-se e explique a esta pessoa que você já se informou no site sobre a forma de envio de novos originais, mas que gostaria de receber mais algumas informações sobre o assunto. É importante deixar explícito que você já se informou, em primeiro lugar para evitar que a pessoa que está lhe atendendo perca tempo passando informações que você já tem e em segundo lugar porque isto demonstra um maior profissionalismo de sua parte, o que é justamente o que a editora espera de um autor.

Na conversa com a editora, seja objetivo, perguntando o que é mais importante para o envio dos originais em primeiro lugar; por exemplo: que tipo de livros a editora está procurando no momento e que livros eles pretendem publicar no próximo período, se já estiver planejado e se você pode enviar os originais em nome da pessoa que está lhe atendendo.

Caso você sinta receptividade do outro lado da linha, pergunte se a pessoa teria tempo para você falar brevemente sobre seu original. Em caso positivo, busque resumir em poucas palavras o que é mais empolgante sobre seu trabalho, indicando que você viu trabalhos semelhantes publicados pela editora e que você acredita que se encaixaria bem naquela linha editorial.

Lembre-se: este contato por telefone é precioso, pois se você

conseguir convencer a alguém da equipe editorial que seu trabalho é um bom negócio para editora e puder enviar seu original nominalmente para esta pessoa, suas chances de ser publicado aumentam mais um pouco. E tome cuidado com o oposto: não alongue demais a conversa nem tente “empurrar” o livro para a editora, pois isso poderá depor contra seu trabalho.

Caso você combine de enviar o original nominalmente a quem lhe atendeu, enderece o envelope ao departamento editorial da editora, aos cuidados desta pessoa, colocando o texto “Original solicitado” após o nome do destinatário.

E se durante a conversa for indicado que a editora não está recebendo originais no momento, ou que não está recebendo livros na linha de seu trabalho no momento, agradeça pela atenção e, no máximo, pergunte se (digamos) em seis meses esta posição pode mudar. Não insista e nem envie seu original neste caso e simplesmente passe para a próxima editora em sua lista.

Seguindo estes passos, você terá dado ao seu original a melhor chance possível, pelo menos quanto à seleção da casa editorial.

Na próxima seção vamos falar sobre outros detalhes que você precisa saber para se destacar de maneira mais forte da “pilha de lama”.

MELHORANDO AS CHANCES DE SEU ORIGINAL

Todo autor iniciante precisa estar ciente de que, para a editora, as primeiras páginas indicam a qualidade de uma obra. Normalmente, um leitor crítico irá ler pelo menos 20 páginas de cada original a ser avaliado, podendo ser menos ou mais dependendo da política da editora e, principalmente, da qualidade do trabalho.

Com dezenas de obras para avaliar todo mês, o responsável por realizar a primeira seleção de originais irá desistir rapidamente caso encontre qualquer dificuldade maior. Se a história parece não evoluir, se falta coerência ou uma boa estruturação na criação de frases, ou mesmo se há vários erros de português, o leitor crítico simplesmente irá abandonar o trabalho e passar para o próximo.

Dica: Considere a possibilidade de aumentar o suspense ou a carga emocional das primeiras páginas; por exemplo alterando a sequência dos eventos com *flashbacks* (narrativas de tempos anteriores ao momento corrente) ou um *flashforwards* (narrativas de tempos posteriores ao momento corrente). Se você consegue capturar o interesse do leitor logo nas primeiras páginas, isso com certeza torna seu livro mais atraente para as editoras

Como falamos no capítulo anterior, pedir a algum leitor crítico que avalie seu original antes de enviá-lo a uma editora aumenta suas chances de não ser descartado prematuramente.

Outro ponto que pode fazer diferença, por incrível que pareça, é a formatação do original. Embora no Brasil não haja um padrão razoavelmente rígido para o envio de originais, como há no mercado americano, algumas regras básicas precisam ser seguidas. Por exemplo: poucas editoras irão aceitar originais escritos à mão ou datilografados. Além disso, evite textos que sejam difíceis de ler, com fontes rebuscadas ou longos trechos em negrito e itálico, como já falamos. Seu original não precisa estar diagramado de maneira

profissional ou sofisticada (embora isso possa ajudar na impressão geral que o leitor crítico terá do trabalho), mas se de alguma forma ele está difícil de ler, isso poderá fazer com que um leitor crítico mais cansado o abandone após poucas páginas.

Outro detalhe que pode ajudar seu livro a se destacar é incluir comentários ou recomendações de pessoas de destaque. Se você conhece alguém da própria editora, seja um autor publicado por ela ou algum funcionário, esta indicação é crucial para que seu original possa ter um tratamento diferenciado. Caso contrário, procure fazer contato com escritores já publicados, jornalistas, críticos ou personalidades do meio cultural em geral, pedindo que leiam seu original e escrevam um prefácio, um texto de apresentação ou uma simples frase que você possa incluir na contracapa da obra. Estas participações facilitam a boa recepção da obra pela editora e embora possa parecer difícil à primeira vista, muitas pessoas (mesmo famosas) se animam com a ideia de ver seu nome destacado no prefácio de um livro.

No entanto, o toque definitivo para destacar um original das dezenas de outros que as editoras recebem todo mês é transformá-lo de um livro em um projeto editorial – o que pode ser realizado em diversos níveis diferentes, como veremos na seção a seguir.

TRANSFORMANDO SEU LIVRO EM UM PROJETO EDITORIAL

Outro ponto essencial a se ter em mente é que o livro é basicamente um *produto* que a editora irá vender, por mais que seja encarado como uma obra de arte pelo autor e pelos leitores.

Cuidado, no entanto, para não confundir a editora com seus editores: a editora é um negócio, que precisa dar lucro; o editor é uma pessoa normalmente apaixonada pela literatura e que busca equilibrar este sentimento com a necessidade de manter a empresa funcionando.

Se o seu original tem qualidade, ele irá falar à paixão do editor e dos leitores críticos, garantindo que o primeiro leitor crítico irá ler mais do que as usuais vinte páginas e que o segundo (e às vezes um terceiro) leitor crítico aprove seu trabalho, chegando finalmente ao editor.

Ao fim de um ano uma editora criteriosa terá em mãos, com sorte, cerca de dez destes originais com qualidade.

Se ao fim deste ano esta editora tem, por exemplo, cinquenta mil reais de verba para investir em novos projetos, ela poderá publicar no máximo cinco livros de novos autores. Esta é uma visão otimista, pois poucas editoras tem uma política de publicar tantos autores novos em apenas um ano.

Neste ponto é que sua obra, além de ser de qualidade, precisa parecer vendável o suficiente para ser uma das cinco (neste exemplo) a ser incluída no catálogo da editora.

Infelizmente, não existe uma “regra de ouro” para saber se uma obra vai ser bem recebida pelo público. Diversos *best-sellers* foram recusados por muitas editoras antes de serem finalmente publicados (Harry Potter provavelmente é um dos mais famosos desta lista de rejeitados) e alguns chegaram a ser publicados e foram um fracasso em sua primeira edição, como “O Alquimista”, que em 1988 teve

uma vendagem quase nula e que, em uma nova editora anos depois, se tornou uma das obras mais vendidas da língua portuguesa.

Além disso, não existem pesquisas aprofundadas sobre os gostos do público leitor brasileiro, o que limita os editores às informações que têm de seus livros e de seus contatos na indústria.

Uma coisa, no entanto, parece ser consenso entre diversos editores: a participação do autor é essencial para a venda do livro. Se, junto com o livro, você encaminhar informações suficientes para mostrar que está interessado em divulgar seu trabalho de forma ativa, o livro automaticamente se torna mais interessante para a editora.

A forma mais simples de mostrar este comprometimento é incluir, junto ao livro, uma *proposta editorial*. Esta proposta nada mais é que um documento que descreve sobre o que é o livro, apresenta algumas características de destaque da obra, inclui eventualmente comentários de leitores famosos e dá informações sobre livros que atendem ao mesmo público-alvo (a “concorrência” do livro) e uma visão de qual seria este público alvo, na visão do autor.

Além disso, você pode incluir nesta proposta uma lista de ações objetivas que pretende realizar para divulgar o livro, se possível indicando sua experiência em realizá-las - por exemplo, se o escritor se propõe a apresentar palestras em escolas, é importante destacar se já fez isso anteriormente.

Na seção a seguir apresentamos um exemplo de proposta editorial. Esse modelo é apenas um exemplo, se você acha que há algo mais a falar sobre sua obra, inclua na proposta; e se acha que determinada seção não se encaixa, simplesmente a remova. Lembre-se que o editor é uma pessoa ocupada, portanto entregue uma proposta que contenha apenas informações relevantes e colocadas de maneira objetiva.

Um detalhe que vale a pena ser destacado é que algumas editoras não recebem originais diretamente, apenas estas propostas. Neste caso, a proposta é analisada pelo conselho editorial e em parecendo interessante, o original será solicitado para melhor avaliação.

UM EXEMPLO DE PROPOSTA EDITORIAL

O essencial de uma boa proposta editorial é que ela deixe claro o profissionalismo do autor, a qualidade da obra e o esforço que será despendido pelo autor em sua divulgação.

Nunca é demais reforçar que para o editor o livro, além de uma paixão, é um negócio. Se ele tem dinheiro para publicar livros de cinco novos autores naquele ano, ele irá escolher aqueles que mais se adequam à sua visão editorial e, dentre estes, aqueles que tem maior chance de sucesso.

Nesta linha, uma proposta editorial deve incluir três seções:

1

) **Apresentação do livro**, com uma visão geral sobre a obra, onde o editor deve ser convencido de que aquela obra está dentro de sua linha editorial e que é original e interessante;

2

) **Estratégia de divulgação**, indicando qual a penetração que o autor tem no público alvo da obra e uma visão geral das ações de divulgação que ele irá realizar; e

3

) **Apresentação do autor**, que inclui uma visão geral do autor e de suas realizações como escritor ou dentro da área do livro – por exemplo, para um livro ambientado em um hospital, o currículo na área de medicina do autor pode ser tão significativo quanto seu currículo na área literária.

A seguir apresentamos uma possível estrutura para uma proposta editorial, criada a partir de sugestões de diversos profissionais do mercado editorial.

6. Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas da Universidade de São Paulo

7. “Confessions of a slush pile reader” (“Confissões de um leitor de pilha de lama”), em <http://dir.salon.com/story/books/feature/2002/02/25/slush/index.html>

8. “A literatura brasileira dividida por quatro”, de 2003

9. Conforme entrevista de seu editor para Caderno Prosa & Verso de O Globo, em setembro de 2006.

10. “Escreva seu livro” – Guia prático para edição e publicação – Laura Bacellar, Editora Mercuryo.

Apresentação da Obra

Título de trabalho

“xxxxxxxxxx”

Autor

Nome

e-mail: [xxxxxxx](#) - Telefone: [xxxxxxxxxx](#)

Premissa da obra

Xxxxxxx (ideal: um parágrafo, máximo 50 palavras)

Gênero

Gênero do livro (terror, fantasia, policial etc.)

Tamanho

xx.xxx palavras

Apresentação e Sinopse

Sinopse da obra, em meia página.

Características – porque este livro é único

Todo livro precisa ter algo de realmente único. Defenda a originalidade de sua obra nesta seção, em no máximo três parágrafos curtos.

Status de Publicação

O livro está (sendo concluído em dd/mm/aaaa, concluído, revisado etc.).

Opiniões sobre obras anteriores do autor

“Opinião.”

Nome, profissão / “credenciais” para a opinião

“Opinião.”

Nome, profissão / “credenciais” para a opinião

“Opinião.”

Nome, profissão / “credenciais” para a opinião

Estratégia de Divulgação e Comercialização

Visão geral

Visão geral da estratégia de marketing (máximo meia página), deixando claro como o autor acredita que irá conseguir sensibilizar o público alvo de seu livro.

Divulgação em eventos presenciais

Visão geral da estratégia de divulgação a ser utilizada, incluindo a apresentação das ações do escritor realizadas costumeiramente (participação em feiras, Bienais, oficinas, visitas a escolas etc. como palestrante, não como visitante).

Lista das ações a serem realizadas:

- xxxxxxxxx
- xxxxxxxxx

- XXXXXXXXX
- XXXXXXXXX
- XXXXXXXXX

Divulgação virtual

Visão geral da estratégia de divulgação a ser utilizada, incluindo a apresentação da atual presença virtual do escritor (site, blog, Facebook, Twitter, com número de visitas, amigos, curtidas etc.).

Lista das ações a serem realizadas:

- XXXXXXXXX
- XXXXXXXXX
- XXXXXXXXX
- XXXXXXXXX
- XXXXXXXXX

Público-alvo e oportunidades de marketing

O público-alvo deste livro são (detalhes sobre idade, gênero, profissão etc.), sendo o mesmo público de livros como:

- XXXXXXXXX
- XXXXXXXXX
- XXXXXXXXX
- XXXXXXXXX

Apresentação do Autor

Currículo resumido do autor (máximo meia página)

Informações de contato

Nome: xxxxxxxxx

e-mail: xxxxxxxxx

Site: xxxxxxxxx

Telefone: (xx) xxxx.xxxxx

Blog: xxxxxxxxx

Twitter: xxxxxxxxx

FaceBook: xxxxxxxxx

Livros Publicados:

- XXXXXX
- XXXXXX
- XXXXXX

Participação em revistas literárias:

- XXXXXX
- XXXXXX

- XXXXXX

Premiações:

- XXXXXX
- XXXXXX
- XXXXXX

Outras ações na área literária

Atuação como jurado em concursos literários

- XXXXXX
- XXXXXX
- XXXXXX

Participações em Bienais e feiras literárias

- XXXXXX
- XXXXXX
- XXXXXX

Etc.

CRIANDO UM PROJETO EDITORIAL

Um passo além da proposta é criar um *projeto editorial*, que inclui diversas ações como:

- A proposta editorial;
- Um plano de comunicação detalhado indicando como o livro será divulgado, incluindo, por exemplo:
 - o Lista de comunidades virtuais e listas de discussão e número de participantes de cada uma;
 - o Ações no Twitter, YouTube e outras mídias que busquem gerar um marketing viral sobre a obra;
 - o Lista de formadores de opinião a quem o livro deve ser enviado;
 - o Lançamento e noites de autógrafos que o autor pretende realizar e tamanho da mala direta;
 - o E muitos etc.;
- Criação de um “*hotsite*” para o livro;
- Pareceres de leitores críticos reconhecidos que já tenham avaliado a obra;
- Sugestão de capa, ilustrações ou diagramação, se for o caso;
- Apresentação de slides com a visão geral do projeto do livro – se possível, agende uma visita à editora para realizar pessoalmente esta apresentação.

Obviamente, nem todo autor tem tempo, dinheiro ou conhecimentos técnicos para realizar todos estes pontos; pelo que aqui vale o mesmo ponto que já frisamos em outras partes deste livro: use estes tópicos como ponto de partida, procure melhorá-los e ajustá-los conforme suas próprias ideias.

Experiência pessoal: Tal projeto editorial pode parecer exagerado ou mesmo utópico, mas a sua sugestão aqui vem diretamente de uma experiência real: ao escrever “O Nome da Águia” (veja o *hotsite* da obra em

[HTTP://www.ONomeDaAgua.com](http://www.ONomeDaAgua.com)), realizei todos os pontos deste projeto e o livro foi aprovado pela “Novo Século”, a primeira editora a que foi enviado. Seguindo o plano de comunicação, o livro vendeu o suficiente para esgotar a primeira edição em um ano e meio – o que só não aconteceu porque o editor, acreditando no potencial da obra, resolveu dobrar a tiragem inicial do livro.

O mais importante é entregar a editora não apenas um livro, mas algo que ela enxergue como um produto que pode ser bem vendido; e mostrar a ela que o escritor é um profissional que deseja estabelecer uma relação de parceria e não simplesmente entregar seu livro e esquecê-lo, enquanto trabalha na próxima obra.

Mas existe uma pergunta que já ouvi diversas vezes, quando falando sobre este assunto: mas um autor precisa *realmente* saber de tudo isso? É realmente *tão* complicado publicar um livro e trabalhar para vendê-lo?

A resposta é simples: Sim e não.

Se um autor quer fazer o máximo pela sua carreira, ele precisa conhecer o mercado, saber apresentar seu trabalho, burilar sua arte à perfeição. Sem isso, ele ainda pode conseguir uma editora e fazer sucesso, mas estamos falando aqui sobre maximizar suas chances de sucesso.

Na verdade, isso é mais simples do que parece, pois vai acontecendo aos poucos: você vai se envolvendo com a editora, conhece pessoas do mercado literário, descobre truques e nichos. Este livro é resultante de minha experiência de mais de uma década como escritor, justamente com a ideia de prover alguns atalhos para quem está começando agora neste caminho.

Mas não seria bom se tivéssemos uma pessoa que pudesse nos apoiar neste trabalho, pensando em todos estes detalhes e ainda em diversos outros, para que nós pudéssemos nos concentrar naquilo que somos realmente bons – escrever livros?

Pois esta pessoa existe: é o agente literário.

Vamos conhecer um pouco mais sobre este profissional na próxima seção.

QUEM SÃO E O QUE FAZEM OS AGENTES LITERÁRIOS

No mercado norte-americano, que é bem mais estruturado que o nosso, é muito difícil para um escritor conseguir publicar seu trabalho entrando em contato diretamente com uma editora. Lá, a figura do agente literário é bastante estabelecida, tanto que já se criaram segmentações nesta profissão: normalmente, os agentes se concentram em determinados gêneros de livros ou em nichos de mercado específicos, da mesma forma que as editoras no Brasil.

No Brasil a figura do agente literário é ainda incipiente, embora tenhamos alguns agentes que estão no mercado já há muitos anos.

De maneira geral, o agente é uma pessoa com uma boa experiência, conhecimento e contatos no mercado literário e que atua apoiando autores para encontrar editoras para seus trabalhos, gerenciamento dos contratos, negociação dos direitos para traduções e outras mídias e eventualmente outras atividades como leitura crítica e apoio na contratação de outros serviços (como revisão e assessoria de imprensa).

Mas acredito que a melhor explicação sobre quem são e o que fazem os agentes literários foi escrita por Marisa Moura, da agência Página da Cultura, uma das agentes literárias mais experientes do Brasil.

Passemos, portanto, a palavra a ela.

AGENTE LITERÁRIO: LUXO OU NECESSIDADE? – POR MARISA MOURA

Há sempre um momento, na carreira do escritor, em que ele se pergunta sobre a necessidade de recorrer aos serviços de um agente literário. As razões desse questionamento, as possíveis respostas e o amplo leque de serviços que uma agência literária oferece compõem as bases deste artigo.

Autores inéditos costumam procurar agentes literários movidos pela certeza de que esses profissionais conseguirão vender suas obras a grandes editoras ou, ao menos, para uma casa editorial que

tenha seus títulos expostos em um grande número de livrarias.

Contudo, enquanto o autor alimenta tantas expectativas, o agente literário, agindo de maneira profissional, procura sanar suas próprias dúvidas, que se resumem, num primeiro momento, em saber em qual gênero o autor escreve e quais os assuntos de sua preferência, pois, apesar de existirem poucas agências no Brasil, cada agente – inclusive no exterior – se especializa em algumas áreas do conhecimento. Muitas vezes, portanto, após algum tempo de conversa, o agente percebe que aquele autor seria mais bem atendido por outro profissional.

Uma etapa pode, no entanto, anteceder esse primeiro encontro e facilitar a vida dos dois: o agente literário pode ter procurado esse cliente; ou, o que também é comum, o escritor sentado à sua frente, enchendo-o de perguntas, passou pelo filtro de uma leitura crítica selecionadora; ou, ainda uma terceira possibilidade, o autor foi indicado por amigos e até mesmo por editores.

Mas, de qualquer forma, um primeiro contato sempre será recheado de perguntas que refletem dúvidas simples – por exemplo, sobre observações relacionadas à leitura de um texto recém-terminado – ou até complexas questões contratuais.

Não é o caso dos autores já publicados, independentemente de terem muitos ou poucos títulos, pois esses têm indagações diferentes. Quase sempre, eles se dão conta de que, para administrar suas relações com as editoras, é necessário um conjunto de ações rotineiras, exatamente aquelas que tomam o tempo que eles poderiam dedicar a criar, escrever. Na sua maioria, são autores que, por razões diversas, estão com livros em mais de uma editora e se cansam de organizar uma agenda a fim de acompanhar se o valor “x” refere-se ao direito autoral da obra “y” ou da editora “a”.

Eles sabem que, inclusive, os problemas não param aí. Conforme a obra é reconhecida por professores, críticos literários, livreiros e leitores, enfim, à medida que ela ocupa seu espaço no universo literário, aparecem convites para lançamentos, feiras de livros, palestras, mesas de debates, cursos, adaptações e outros tantos eventos. E quando o autor já se encontra nesse nível de

popularidade, ele não considera mais o agente apenas como um vendedor de originais inéditos, mas deseja um administrador de sua carreira. Ou seja, ele sente necessidade de um profissional que, além de manter sua carreira literária em ordem, também o aconselhe nos passos e nas decisões a tomar todos os dias.

E não podemos esquecer dos herdeiros dos autores. Protegidos pela lei, eles recebem, durante setenta anos, os rendimentos das obras. Trata-se de um grupo dividido entre os acostumados à rotina de publicação do mercado editorial e os que nada conhecem dessa realidade. Ambos, ao procurarem um agente, quase sempre desejam não só a administração das obras já publicadas, mas a venda de reedições e o trabalho de manter o autor vivo, comentado e, principalmente, valorizado – em vez de ficarem à sorte de redescobertas ou dos interesses de certos pesquisadores.

Diante desse quadro, a grande pergunta é: mas por que um agente literário para fazer esses serviços? Como veremos a seguir, a resposta não é simples.

Um agente literário é o profissional estruturado para obter, facilmente, informações no mercado editorial e cultural, seja em seu país de origem, seja no exterior. Ele circula amigavelmente entre autores e editores, estando sempre atento às leis de direitos autorais; aos esquemas de distribuição; ao marketing usado na divulgação em diversas mídias; aos interesses dos livreiros (e seus diferentes pontos-de-venda), dos professores, dos produtores de eventos e dos leitores em geral; e às oportunidades de palestras e cursos. Sem esquecer que um bom agente sabe sondar as expectativas dos cineastas, dos diretores de teatro e dos roteiristas, procurando manter-se ligado a todos os profissionais que estão, direta ou indiretamente, relacionados ao texto, não importando se o consideram uma criação artística ou um produto a ser consumido.

Tal somatório de interesses e oportunidades exige uma estrutura mínima, incluindo, por exemplo, consultores jurídicos que possam, rapidamente, assegurar a melhor solução nas questões relacionadas à legislação em vigor. Por causa desse permanente contato com questões legais, é comum as agências darem consultoria a autores e editores, esclarecendo diferentes aspectos

contratuais.

Outra necessidade do autor, ainda muito pouco considerada, é sua presença junto ao público – incluindo a imprensa –, algo que já consta na relação de serviços de algumas agências literárias. A imprensa costuma enfatizar apenas o lançamento do produto cultural, voltando ao assunto, no máximo, quando é interessante fazer algum tipo de comentário, relacionando-o a diferentes eventos. Mas isso sempre ocorre de maneira seletiva, o que restringe o número de livros, filmes, peças teatrais e exposições que conseguem críticas ou apenas uma notinha nos cadernos culturais. Dessa forma, contar com um profissional que apresente o universo do autor e de sua obra ao jornalista, disponibilizá-lo como fonte aos veículos/cadernos especializados e orientar a conduta deste mesmo autor diante da imprensa é algo cada vez mais importante. Torna-se fundamental e necessário ter alguém que seja corresponsável por administrar, construir – e até mesmo – reconstruir a imagem de um autor: um assessor de comunicação especializado nessa área.

Outro detalhe imprescindível é manter um rigoroso sistema de arquivos – em papel ou em banco de dados no computador –, especialmente desenvolvido para controlar cada etapa da vida da obra e do autor representados.

Toda essa estrutura é mantida pelo pagamento de porcentagens – segundo o *Guide to Literary Agents da Writer's Digest Books*, EUA – entre 10% e 30% do que o autor recebe. Por exemplo, caso o autor tenha \$ 1.000 para receber, de \$ 100 a \$ 300 são repassados ao agente. Essa porcentagem varia de agência para agência. Aquela que representa autores já consagrados ou best-sellers pode cobrar uma porcentagem mais baixa, em virtude do número significativo de exemplares que compõem cada edição da obra, sem considerar os produtos que podem derivar dessas vendas. Mas há outros fatores que alteram essa porcentagem, como a extensão dos serviços contratados pelo autor na agência.

Há também agências que trabalham com a cobrança de uma taxa de entrada ou de leitura crítica – que pode ou não voltar ao bolso do autor após a venda para o mercado. Mas é sempre importante lembrar que todos os agentes têm uma estrutura

operacional com custo nunca desprezível e essa taxa garante o início de seu trabalho, diminuindo um pouco os riscos comuns nessa empresa de representação e prestação de serviços.

E na prática, como funciona?

Acabamos de apresentar um quadro teórico das bases que fundamentam a relação autor–agente. Todavia, tudo isso acontece na prática? Esta é uma boa pergunta para ser respondida por autores e agentes... Se agências prestam serviços a autores, nada melhor do que refletir sobre os serviços prestados – como visto nas seções a seguir.

VENDA DA OBRA

A venda é o serviço mais solicitado: publicar em livro, adaptá-lo para filme, programa de TV e peça teatral, ou gerar produtos diferenciados. Contudo, a fim de que este serviço se realize, espera-se um autor consciente das características básicas de sua arte. Assim, ele deve ser sincero, falando abertamente com o agente sobre suas fraquezas e seus diferenciais.

Na verdade, alguém só se considera autor quando tem uma obra publicada em qualquer meio; e por essa razão acaba não considerando que a espera pode ser um ponto a favor de sua carreira literária, pois pode preservá-la para parceiros que o respeitem e paguem corretamente seus direitos autorais.

ANÁLISE OU ELABORAÇÃO DE CONTRATOS E AUTORIZAÇÕES

Trata-se de recurso ainda pouco utilizado por autores brasileiros, mas prática comum no mercado cultural do nosso país. Ao desejar esse serviço, o autor pode pensar em um advogado ou um agente, já que ambos estão preparados para conceber contratos que, apoiados na legislação vigente, estabeleçam direitos e deveres iguais às partes envolvidas, conforme as necessidades da obra contratada.

ADMINISTRAÇÃO DE PRESTAÇÕES DE CONTAS E DOS VALORES RECEBIDOS

A administração de direitos autorais usa três modelos diferentes no Brasil: a) o autor recebe todos os valores e o relatório de vendas

e repassa a porcentagem da agência e a cópia do relatório; b) a agência recebe todos os valores e duas cópias do relatório de vendas e repassa ao autor sua porcentagem e uma via do relatório; c) a entidade ou empresa pagadora, informada ou por contrato ou por procuração, paga separadamente o autor e o agente, enviando uma cópia a cada um do relatório de vendas. Os três modelos necessitam de disciplina e honestidade das partes envolvidas.

PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS

Quando o autor já tem seu nome estabelecido no mercado – isto é, as editoras desejam ou encomendam obras; ele possui adaptações para cinema, televisão e teatro; e a imprensa publica notícias com frequência sobre sua vida ou sua obra –, ele é procurado para eventos, pois os organizadores destes acreditam que nomes famosos atraem público. Na “agenda” da agência, a administração de qualquer tipo de evento é apenas uma informação a mais a ser considerada. Contudo, a administração dos eventos pode ser independente e opcional em relação aos demais itens do contrato, com negociação de porcentagens específicas para cada caso.

ADAPTAÇÕES PARA CINEMA, TEATRO E TELEVISÃO

Antes de considerar a adaptação da obra para outro meio de publicação, o autor deve estar consciente de quais as possibilidades de sua obra transitar por outras linguagens. E é sempre bom salientar que, no Brasil, o cinema e o teatro dependem muito de prêmios, incentivos do governo, patrocinadores e permutas e um grande número de adaptações é feito apenas graças ao esforço, quase sempre sem pagamento, de produtores ou diretores.

LICENCIAMENTO PARA OUTROS PRODUTOS

O licenciamento aparece na literatura quando o autor ou sua personagem transforma-se em uma marca capaz de chamar a atenção do mercado. Hoje, esse tipo de atividade está voltado basicamente para o público infantil e juvenil. De uma forma ou de outra, o autor deve preocupar-se em associar sua pessoa ou personagem a produções de qualidade.

Um ou mais agentes?

Se uma obra, ao ser editada, demonstra fôlego suficiente para ser traduzida para diferentes países, um novo problema se apresenta ao autor: se ele já contratou um agente no Brasil, por que não outro no exterior?

No caso específico de um autor cuja obra é reconhecida – e já tem um agente em seu país de origem –, ele pode descobrir que precisa de um agente exclusivo para cada uma das atividades e diferentes usos de sua obra. Depois, será natural necessitar de um agente no exterior, pois nem sempre o autor tem fluência em vários idiomas ou tem como verificar se as ofertas que recebe do estrangeiro são realmente interessantes. Hoje em dia, nota-se um movimento de parcerias entre agentes do mundo todo, a fim de reduzir a agenda e alcançar maior penetração regional.

Diante do exposto, seja qual for o caminho escolhido, o importante é que a relação entre o autor e o agente seja transparente, leal e produtiva; que se estabeleça um fluxo de informações capaz de multiplicar a valorização da obra. O autor deve refletir a fim de que suas decisões possam, inclusive, influenciar no crescimento econômico da agência contratada.

Escrever sobre a contratação de um agente literário no Brasil, onde as relações profissionais da área cultural dependem de questões pessoais e de idiossincrasias e onde os grupos e os modismos são mais respeitados do que os gêneros e os estilos da escrita, é um risco que resolvemos correr com um único objetivo: mostrar que a cidadania autoral vai além da produção escrita, que, muitas vezes, exigiu anos de trabalho árduo e pesquisa.

Ou seja, o autor não deve se esquecer jamais de que o agente literário age sobre algo: obras, informações, ideias, contratos etc. Mas o único, o exclusivo fornecedor desse algo será sempre o autor.

PONTOS DE ATENÇÃO AO ASSINAR UM CONTRATO

Ao assinar um contrato com uma editora, o escritor precisa estar atento a diversos detalhes, como por exemplo:

- O contrato tem data de validade? O usual é de cinco anos.
- Qual o valor dos royalties destinados ao autor? O usual é algo entre 7% e 10% do preço de capa do livro.
- O contrato estipula a periodicidade em que a editora irá pagar os royalties?
- Qual o valor dos royalties destinados ao agente literário? O usual é algo entre 10% e 20% dos royalties do autor.
- Os direitos de impressão devem ser cedidos à editora no período do contrato; já os direitos autorais (teoricamente inalienáveis) devem permanecer com o autor.
- O contrato reserva à editora os direitos para venda de livros em formato digital? Se sim, o ideal é que o contrato preveja que a editora deverá oferecer o livro também neste formato, uma vez que algumas editoras se reservam este direito mas só publicam o livro em papel.
- O contrato reserva à editora os direitos para venda de livros em outros países? Se a editora não tem ações para buscar esta venda, o ideal é retirar tais cláusulas do contrato.
- O contrato indica royalties diferenciados para venda de livros em formato digital? O ideal é que o valor para livros digitais seja maior, uma vez que a editora não tem custos para impressão e divulgação.

•O contrato oferece ao autor a possibilidade de comprar livros com um bom desconto?

Apenas a título de exemplo (não se trata de um modelo de melhores práticas), mostramos a seguir um exemplo de contrato:

EXEMPLO DE CONTRATO

CONTRATO DE EDIÇÃO

<Nome do livro>

<Nome do autor>

Pelo presente instrumento particular de contrato, **<Nome da editora>**, com sede na **<endereço da editora>**, CNPJ XX.XXX.XXX/XXXX-XX, representada neste ato por seu diretor **<nome do diretor>**, abaixo assinado, portador do CPF XXX.XXX.XXX-XX e RG XXX.XXX-X, doravante chamado EDITORA, de um lado e, de outro, **<nome do autor>**, **<nacionalidade>**, **<estado civil>**, RG XXX.XXX-X e CPF XXX.XXX.XXX-XX, domiciliado e residente no **<endereço do autor>** e com conta no **<dados bancários do autor>** aqui denominado simplesmente AUTOR, têm justo e acertado o presente contrato de edição, que se regerá pelas cláusulas seguintes:

CLÁUSULA 1 – O AUTOR escreveu e, nesta qualidade, é titular dos direitos da OBRA denominada “**<Nome do livro>**”, cujo texto está livre e desembaraçado, podendo o titular negociá-lo na melhor forma da lei;

CLÁUSULA 2 - O AUTOR declara-se, neste instrumento, responsável pela originalidade do texto em referência, responsabilizando-se pela sua autenticidade perante terceiros;

CLÁUSULA 3 - Por este contrato de edição O AUTOR entrega à EDITORA, para edição e comercialização, a OBRA referida na cláusula 1.

CLÁUSULA 4 - A EDITORA, por este instrumento, assume o compromisso de:

- a) realizar a editoração da OBRA;
- b) imprimi-la, mantê-la em depósito, propagá-la e distribuí-la para comercialização por si ou por terceiros, em todo território nacional;
- c) fixar o preço de venda;

d) realizar as atividades de divulgação necessárias para o bom êxito comercial da OBRA;

CLÁUSULA 5 - A EDITORA pagará AO AUTOR, a importância total de X% (XXXXX por cento) do preço de capa dos exemplares efetivamente vendidos.

Parágrafo 1 - Em vendas institucionais ou para entidades públicas com desconto acima de 55% - mesmo que a venda seja feita através de distribuidor - o direito autoral será de X% (XXXX por cento) sobre o valor do negócio realizado.

Parágrafo 2 - Em vendas da versão digital da obra, o direito autoral será de X% (XXXX por cento) sobre o valor do preço de capa.

Parágrafo 3 - Nas edições em outros países, a EDITORA negociará o percentual a ser pago AO AUTOR;

CLÁUSULA 6 - A EDITORA, nos termos da lei 9610/98, facultará AO AUTOR, sempre que este assim o solicitar, o exame das contas relativas à comercialização da OBRA;

CLÁUSULA 7 - A EDITORA prestará contas AO AUTOR semestralmente, em junho e dezembro, efetuando o pagamento dos direitos aqui ajustados em julho e janeiro;

Parágrafo único - Se o valor dos direitos autorais não atingir $\frac{1}{4}$ do salário mínimo, este valor poderá ficar acumulado para o próximo acerto.

CLÁUSULA 8 - O AUTOR fará a revisão contextual da OBRA em provas que lhe serão entregues. Cabe, entretanto, à EDITORA, a responsabilidade pela revisão ortográfica da OBRA;

CLÁUSULA 9 - A EDITORA compromete-se a lançar a OBRA no mercado em até XX (XXXXX) meses após a assinatura deste contrato e, não o fazendo, O AUTOR recuperará, plenamente, os direitos patrimoniais sobre a OBRA, dando-se o presente contrato por rescindido;

CLÁUSULA 10 - A edição objeto deste contrato será de XXXX (XXXXXXXXX) exemplares;

CLÁUSULA 11 - O AUTOR, em face deste contrato, dispensa a EDITORA da numeração dos exemplares acima referidos;

CLÁUSULA 12 - Este contrato terá a duração de 5 (cinco) anos,

a partir da sua assinatura, renovado automaticamente por igual período;

Parágrafo 1 - O AUTOR e/ou A EDITORA não desejando renová-lo deverá comunicar à outra parte com antecedência de 90 (noventa) dias;

Parágrafo 2 - A EDITORA terá direito de continuar comercializando a OBRA, mesmo após o vencimento do contrato, se dela existirem em estoque acima de 251 exemplares;

Parágrafo 3 - Para resolução do contrato, O AUTOR terá opção de compra de exemplares em estoque, a preço industrial;

CLÁUSULA 13 - Na vigência do contrato a EDITORA terá o direito de imprimir quantas edições julgar necessárias para atingir seus propósitos comerciais, devendo, entretanto, informar AO AUTOR o número de exemplares de cada edição;

CLÁUSULA 14 - A EDITORA poderá destinar até 30% (trinta por cento) da tiragem da 1ª edição e até 25% (vinte e cinco por cento) das edições subsequentes para fins de propaganda; sobre esses exemplares O AUTOR não perceberá DIREITOS AUTORAIS;

CLÁUSULA 15 - O AUTOR receberá, graciosamente, 10 (dez) exemplares da primeira edição e 5 (cinco) das edições subsequentes, para seu uso pessoal e fora de comércio.

CLÁUSULA 16 - O AUTOR poderá comprar exemplares de seu livro com 40% (quarenta por cento) de desconto e com prazo de pagamento de 60 (sessenta) dias;

CLÁUSULA 17 - O AUTOR poderá dispor livremente de direitos referentes à OBRA, cuja edição autoriza neste contrato, como: adaptação da OBRA para uso em cinema, televisão, publicidade e *merchandising*;

CLÁUSULA 18 – O AUTOR se compromete a participar de eventos publicitários a OBRA, tais como palestras, debates, entrevistas, desde que previamente avisados, e se houver um acordo financeiro com o AUTOR para tais eventos;

CLÁUSULA 19 - Aplicam-se a este contrato as disposições da Lei 9610/98;

CLÁUSULA 20 - O Foro para dirimir quaisquer controvérsias oriundas deste contrato é o de **<cidade>**, renunciando as partes a

qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justos e acertados, firmam este instrumento, na presença de duas testemunhas, em duas vias de igual teor, para que surta seus efeitos jurídicos.

<local>, <data>

<nome da editora>

<nome do autor>

TESTEMUNHAS:

ERROS COMUNS AO PROCURAR UMA EDITORA

Erros comuns ao procurar uma editora incluem:

Não realizar esta fase: Muitos autores iniciantes enviam seus originais a muitas editoras – por vezes dezenas delas – sem ao mesmo se preocuparem em saber como elas esperam receber os originais, ou se publicam livros na linha editorial de sua obra. Nunca faça isso, pois é um desperdício de tempo e dinheiro não apenas seu, mas também da editora!

Ficar muito ansioso: Muitas editoras não enviam respostas quando o original não foi solicitado e não foi aprovado. Usualmente, os originais levam de três a seis meses para serem avaliados, isso quando a editora acredita que eles têm potencial para entrar no catálogo. É aceitável realizar uma ligação rápida, duas ou três semanas após o envio do original, para saber se ele chegou; e outra ligação após cerca de três meses para saber se a editora ainda está avaliando a obra. Mais do que isso irá apenas tornar o editor ansioso para dizer “não” e se livrar de suas ligações!

EXERCÍCIO – FAZENDO SUA PROPOSTA EDITORIAL

Criar uma proposta editorial é um exercício interessante, mesmo para autores que pretendam seguir a linha da autopublicação, pois oferece ao autor a oportunidade de pensar em sua obra por um ângulo diferente: o de produto a ser oferecido para um público-alvo específico.

Desta forma, a proposta editorial tanto pode ser um importante apoio na procura por uma editora, quanto uma maneira de o autor organizar seus pensamentos e utilizar como guia no momento da divulgação.

Considerando, portanto, que você seguiu os passos até aqui e está com sua obra pronta para ser oferecida para as editoras, o exercício deste capítulo é simples: escrever a proposta editorial conforme o modelo que foi apresentado.

Lembre-se que o editor é uma pessoa ocupada e que a proposta é a melhor (e com certeza a única...) chance de convencê-lo de que seu livro vale a pena ser publicado.

Para o editor, mais do que seu livro ser uma obra de arte, interessa se ele irá oferecer um bom retorno do investimento; então após terminar a proposta revise-a quantas vezes sua paciência permitir, e garanta que ela demonstra:

- 1) O que sua obra tem de especial;
- 2) Porque você é a melhor pessoa para escrevê-la; e, principalmente,
- 3) O tanto que você vai se esforçar para conseguir muitos e muitos leitores para ela.

No próximo capítulo, escrito pelo escritor Eduardo Pastore, apresentamos uma alternativa à publicação por editoras: a autopublicação, uma alternativa cada vez mais atraente para escritores em todos os estágios de sua carreira.

OPTANDO PELA AUTOPUBLICAÇÃO

Por Eduardo Pastore

SOBRE AS DIVERSAS OPÇÕES QUE O AUTOR TEM, ATUALMENTE, PARA PUBLICAR SEU LIVRO POR CONTA PRÓPRIA, AS VANTAGENS DE FAZÊ-LO E OS DESAFIOS A SEREM VENCIDOS POR QUEM ESCOLHE ESTE CAMINHO.

A autopublicação tem se tornado uma escolha cada vez mais atrativa, em especial para autores iniciantes, devido à facilidade inicial de publicar sem depender de uma editora.

No entanto, ao prescindir da editora, o escritor vai precisar se preocupar com todos os detalhes administrativos de produção que estariam a cargo da editora.

Neste capítulo apresentamos uma visão geral destes desafios, tanto para as publicações em papel como para as virtuais.

ENTENDENDO O CENÁRIO DA AUTOPUBLICAÇÃO EM PAPEL

Em se tratando de autopublicação em papel, há duas alternativas principais: pagar por uma edição completa em uma gráfica ou contratar os serviços de uma gráfica que realiza impressão sob demanda, de forma que apenas são impressos os livros efetivamente comprados. Não estamos considerando como “autopublicação” quando o autor paga a edição para uma editora, pois neste caso o trabalho de produção fica a cargo da editora.

Independente da alternativa escolhida, para que seu trabalho não fique com aparência amadora, o escritor vai precisar se preocupar com os seguintes pontos:

- Revisão:** Além da leitura crítica, que neste ponto provavelmente já foi realizada, é necessário pagar um revisor para garantir que a obra não contenha erros de digitação, ortografia ou gramática.

- Capa:** A capa, junto com o título, são os pontos que primeiro atraem o leitor para o livro, seguidos da apresentação na contracapa do livro. Uma capa de qualidade pode ser cara (de algumas centenas a alguns milhares de reais), mas o investimento sempre vale a pena.

- Diagramação:** A escolha da fonte da letra, seu tamanho, espaçamento entre linhas e palavras, formato da abertura e organização dos capítulos e outros pontos não apenas facilitam a leitura como a tornam mais agradável. Além disso, um bom diagramador vai se preocupar com detalhes como, por exemplo, evitar os chamados “caminhos de rato” nas páginas, que acontecem quando os espaços entre palavras de várias linhas ficam alinhados e, com isso, dão a impressão de que há caminhos brancos correndo pela página.

- Ilustrações:** O livro precisa de ilustrações, mesmo que sejam pequenos detalhes na abertura dos capítulos? Caso positivo,

trabalhe sempre com profissionais para garantir a qualidade do resultado!

- Impressão:** Tanto o corpo do livro como a capa precisam ser bem impressos, e não é qualquer gráfica que faz estes trabalhos com qualidade. Confira os trabalhos anteriores da gráfica antes de contratá-la, sempre.

Com o advento das gráficas de conveniência, onde é possível imprimir um exemplar de um livro a custo ligeiramente maior que se imprime algumas centenas, tornou-se possível um novo modelo de trabalho: a da impressão sob demanda.

Além de gráficas que oferecem estes serviços, presentes em qualquer cidade de meio ou grande porte, há algumas que se especializaram na venda de livros sob demanda, assumindo um papel semelhante ao das editoras. Algumas destas gráficas, inclusive, se intitulam e oferecem serviços semelhantes aos das editoras, mas a grande diferença entre elas e as editoras convencionais é que parte delas tem seu modelo de negócios baseado em ganhar dinheiro dos autores que publicam seus livros ao invés dos leitores que os compram; enquanto outra parte investe em ganhar dos leitores oferecendo o máximo de livros possível, sem se preocupar com a qualidade. Poucas (se é que há alguma...) são aquelas que realizam algum tipo de leitura prévia e seleção dos livros a serem publicados, e que têm uma linha editorial bem definida.

Pesquisando na internet, é possível encontrar diferentes modelos de negócios das gráficas que oferecem estes serviços. Os mais comuns são:

- Impressão sob demanda:** as gráficas que trabalham neste formato não oferecem nenhum tipo de serviço, pago ou não, de apoio ao escritor. Fica a cargo do escritor cuidar da qualidade gráfica da sua obra. A divulgação, neste caso, é restrita ao site da gráfica, onde os leitores compram os livros. Algumas exigem a compra de alguns exemplares iniciais pelo autor.

- Impressão e serviços:** neste formato, a gráfica oferece serviços, pagos ou não, de produção da capa, diagramação, revisão, etc. É recomendável, de qualquer forma, que se verifique a

qualidade dos serviços oferecidos, analisando o portfólio de livros já publicados.

Após a impressão, seja de uma forma ou outra, começa o trabalho mais difícil para o autor independente: a divulgação e a distribuição.

A DISTRIBUIÇÃO, UM PROBLEMA À PARTE

Quando contrata o serviço de uma gráfica para imprimir seus livros, o autor raramente lembra do primeiro problema que enfrentará: armazenar quinhentos ou mil livros em sua casa, e o segundo e não menor problema: fazê-los chegar às livrarias ou pontos de venda onde serão efetivamente vendidos.

Este é a menor de suas dificuldades, considerando o esforço necessário para distribuir (e divulgar) seus livros.

Há várias formas e muitos casos de sucesso para a etapa de distribuição. Como não se trata da minha história, não citarei nomes, mas todos os casos aqui são reais, e incluem autores que hoje vivem de escrever.

Há autores que começaram sua carreira visitando livraria por livraria de sua cidade, convencendo os gerentes a receber seus livros, conversando com os vendedores sobre as qualidades e livros semelhantes aos seus, em um ciclo quinzenal ou mensal que garantiu a chegada de seus livros aos leitores, até que conseguissem uma editora que fizesse isso por eles.

Também há aqueles que se especializaram em vender seus livros diretamente aos leitores, visitando os locais frequentados pelo público-alvo de sua obra - por exemplo, escolas ou bares. Há o caso de um colega escritor que vendeu vários milhares cópias de seu livro bem humorado em bares, a ponto de conseguir abrir uma livraria apenas com o lucro de suas vendas.

Obviamente, também é possível atuar diretamente na divulgação, sendo a distribuição realizada através dos Correios ou serviços de entrega de encomendas. De qualquer forma, neste caso o autor irá precisar empacotar, endereçar e enviar livros a cada venda. Quando falarmos sobre a autopublicação digital, mais à frente neste capítulo, iremos falar um pouco mais sobre a parte da

divulgação no mundo virtual, a mais fácil se ser realizada.

A grande vantagem de autopublicar livros no formato eletrônico é que o autor não precisa se preocupar em armazenar ou distribuir os livros.

No entanto, não basta simplesmente enviar seu livro para um distribuidor de livros digitais como a Amazon e esperar que os leitores encontrem-no – até porque se em uma livraria um livro concorre pela atenção do leitor com outros milhares ou dezenas de milhares de livros, na internet esta cifra é centenas, talvez milhares de vezes maior.

Para ter alguma chance de sucesso, é importante conhecer como este mercado funciona e preparar sua obra o melhor possível para enfrentar a concorrência e despertar a atenção dos leitores – conforme veremos nas seções a seguir, escritas por Eduardo Pastore.

ENTENDENDO O CENÁRIO DA AUTOPUBLICAÇÃO DIGITAL

O MERCADO DE LIVROS DIGITAIS

Em julho de 2014, jornais e revistas publicaram essa manchete: “venda de e-book cresce 225% no Brasil, mercado editorial continua em crise”. Em unidades de livros digitais vendidos, o número foi de 235.315 para 889.146.

A informação é resultado da pesquisa Fipe de produção e vendas do setor editorial, organizada pela Câmara Brasileira do Livro e o Sindicato Nacional de Editores e que acompanhou o mercado editorial brasileiro em 2013 e 2014¹¹.

Considerando que a Amazon, Google e Kobo chegaram no final de 2012, o ano passado era esperado como o primeiro ano de crescimento digital no Brasil. A tendência foi apontada pelo relatório de Rudiger Wischenbart, autor do Global eBook report, no qual dedicou um capítulo ao Brasil em sua segunda edição.

Mesmo num mercado editorial mais maduro como o americano, o segmento ainda mostra sinais de crescimento, contra várias previsões. A *American Association of Publishers* (AAP) publicou um relatório comparando o número de vendas de e-books no mês de janeiro dos anos 2013 e 2014: uma variação positiva de 12,8% nas vendas.

A questão básica por trás da tendência é: conquanto haja expansão do número de leitores de e-books, o mercado seguirá a reboque. A razão básica é óbvia, o menor preço do ebook quando comparado com o livro impresso.

O número de leitores de e-books não é exato. Um dado de 2012 aponta cerca de 10 milhões, portanto já está desatualizado. A questão é que livros digitais podem ser lidos em diversos dispositivos, e-readers dedicados, smartphones, tablets, computadores e inclusive na web.

O mercado de e-readers dedicados ainda é incipiente, conforme

mostra o artigo de Carlo Carrenho, “O Brasil não é o país do e-reader”¹², que aponta que o mercado potencial não pode ser estimado em mais de cinco milhões de aparelhos. Bem inferior às projeções de vendas de tablets e smartphones para 2014, respectivamente, 10,7 milhões e 47 milhões.

Independente do dispositivo em que os e-books estão sendo lidos, fato é que o mercado segue expandindo, e só está no começo. O horizonte é promissor. Entender o potencial de mercado nos ajuda a fazer as apostas certas.

AUTOPUBLICAÇÃO

Em 2007, a Amazon lançou a plataforma de publicação digital, Kindle Direct Publishing – KDP, permitindo a quem obtivesse direitos sobre uma obra (a editora ou o autor), a fazer upload de uma versão digital de seu livro para venda direta ao grande público. Logo em seguida outras empresas lançaram plataformas semelhantes, por exemplo iBooks e Kobo.

Pela primeira vez, autores autopublicados tiveram acesso a um canal de distribuição direto. O baixo custo de publicar um e-book permitiu uma série de autores pensarem em autopublicação pela primeira vez.

Até então, os preços para impressão eram proibitivos para a maioria dos escritores, e a distribuição era um problema real. As livrarias não estão interessadas.

O mercado era exclusivo aos autores que estavam sob o selo de uma editora, com fortes barreiras aos novos entrantes. É incontestável, uma grande editora traz muita coisa ao jogo: expertise, experiência, edição, marketing e design. Não vou entrar em detalhes, pois o tema já foi amplamente abordado em outros capítulos deste livro.

Portanto, autopublicação envolve abrir mão de qualquer adiantamento, e também fazer por si ou custear edição, design da capa, diagramação e revisão, entre outros. A autopublicação também lhe deixa fora de canais de distribuição que as grandes editoras possuem.

É importante saber que boa parte dessas coisas podem ser

terceirizadas por um autor, a valores não proibitivos. Se um autor autopublicado tem uma capa arrebatadora, uma edição profissional, uma formatação clara e uma sinopse instigante, o trabalho deles é indistinguível de um trabalho que uma grande editora oferece.

O que aconteceu na Europa e principalmente nos Estados Unidos é que os autores *'indie'* (independentes) se cercaram de profissionais e criaram ao redor de seu trabalho verdadeiras editoras individuais, a baixo custo.

Neste bojo, alguns *indies* ganharam fama de uns anos pra cá. John Locke, Amanda Hocking, Hugh Howey. A mídia contou a história deles e como alcançaram a casa dos milhões de exemplares vendidos.

Não aconselharia alguém a se inebriar com esses casos. Aparentemente são pontos fora da curva no próprio mercado americano.

Mas para provar que o fenômeno não é isolado, o autor David Gaughran, em seu livro *Let's Get Digital*, conta a história de trinta e três autores *indie* que estão vendendo bem lá fora. Alguns já atingiram a média de 1000 por mês.

Boa parte desses autores começaram as carreiras por meio da plataforma da Amazon e depois foram gradativamente expandindo seus canais de vendas. O motivo não foi por acaso.

AMAZON

A empresa controla mais de 50% do mercado de e-books nos EUA, e são insaciáveis. Trabalham tanto com independentes quanto grandes livrarias. A companhia tem sido constantemente criticada por sua política agressiva de preços.

Se o acervo americano é continental, o acervo da Amazon Brasil também anda crescendo. Há mais de 30 mil livros digitais, e dezenas sendo publicados todos os dias. É bem provável que um leitor brasileiro de e-books pense na Amazon na hora de comprar um livro.

Ao buscar por um livro americano no Google, é quase certo que entre os primeiros resultados estejam links para a Amazon - vantagem competitiva para o autor. Em breve, o Brasil deve atingir

esse patamar.

Eles também fabricam o e-reader mais vendido – o Kindle, que teve sua primeira versão em 2007. Desde lá, surgiram competidores agressivos com Barnes & Noble, Sony, Kobo e Apple.

Se você está considerando publicar na plataforma da Amazon, aconselho a adquirir um. Isso pode parecer mera propaganda, mas, garanto, não estou recebendo um único centavo para isso.

Como publicar no Kindle:

1

. Crie uma conta no site <https://kdp.amazon.com/>

2

. A Amazon oferece um pequeno ebook gratuito, chamado “Preparando o seu livro para o Kindle”. Leia

3

. Siga o passo-a-passo no cadastramento das informações do seu livro e no upload dos arquivos. É simples, muito semelhante a qualquer formulário de envio de informações e arquivos em sites e redes sociais na Internet.

Comecei com o Kindle instalado no computador e no smartphone, e só depois comprei o e-reader. A diferença na leitura é brutal.

Laissa Soares e Tiago Batista (2014), no seu didático livro sobre autopublicação, pontuam algumas dessas facilidades:

- Todos os livros comprados são sincronizados em uma só conta e podem ser lidos em diferentes dispositivos;

- Permite avaliação do livro antes de alguém comprá-lo;

- O leitor carrega toda a biblioteca consigo;

- O Kindle sincroniza a última página lida para sua próxima leitura;

- Oferece diversas funcionalidades de navegação, marcação de texto, definição de palavras, tradução de outras línguas e links para sites, vídeos;

- Ao final do livro, aparecem na tela outros títulos do autor. O leitor pode fazer outra compra imediata e começar a ler imediatamente.

Entender as facilidades pelo ponto de vista do leitor me permitiu

ter mais clareza sobre as facilidades que a plataforma oferece aos autores.

POR QUE O KDP É INTERESSANTE A UM AUTOR AUTOPUBLICADO?

A plataforma é simples e intuitiva, além de permitir algumas funcionalidades bem interessantes aos autores.

1. Controle de preços

O autor pode testar a qual preço os leitores respondem melhor, ou ainda, distribuí-lo gratuitamente por alguns dias como estratégia de promoção.

2. Royalties até 70%

A empresa oferece duas opções, dependendo do preço que você escolhe para seu livro. Abaixo de R\$ 5,99 e acima de R\$24,99, você receberá 35% de royalties. Entre esses valores, já pode escolher receber 70% do valor pago pelo livro.

3. Contato direto com os leitores

Os ebooks permitem ferramentas que dão ao autor informações de primeira mão sobre seus leitores, e com isso, planejar o próximo livro, ou quem sabe outro produto, como uma palestra. O importante é que o feedback é direto.

Entre as ferramentas, duas são fundamentais: a avaliação dos leitores na página do livro na Amazon; e o convite aos leitores enviarem mensagens diretamente ao e-mail do autor, ao fim de um e-book. Essa técnica tem alto grau de resposta. Também ao final do livro o autor convida gentilmente o leitor a fazer a avaliação na página da Amazon.

4. Monitoramento de vendas

As plataformas de autopublicação oferecem relatórios atualizados de suas vendas. Ajudam-lhe a avaliar os resultados das diferentes ações de marketing, por exemplo, testando preços diferentes.

5. Não exige o ISBN para o livro digital

No lugar do ISBN, a Amazon atribuirá um ASIN – *Amazon Standard Identification Number* de 10 dígitos, exclusivo do livro digital.

6. Impressão por demanda

A Creative Space, uma empresa vinculada à Amazon, permite imprimir quantas cópias você desejar e vender ao preço que quiser. O serviço não chegou à Amazon Brasil, mas permite fazer importações de encomenda.

Nota: há sites brasileiros que fazem impressão sob demanda, como o Clube de Autores - www.clubedeautores.com.br.

7. Atualização e vida útil

O e-book pode ser atualizado, e os compradores receberão as novas versões. Enquanto estiver no ar, o e-book poderá ser vendido sem ocupar espaço no estoque. E também pode ser retirado do ar quando o autor quiser.

COMO O JOGO FUNCIONA

A essa altura você pode até entender as oportunidades da publicação digital, mas deve se perguntar: como fazer para entrar em campo?

Alguns autores advogam que a parte fácil é escrever o livro, o difícil é a promoção. Partindo do ponto que seu livro é bom, pois se não é, não há marketing capaz de mudar esse fato, seu livro tem possibilidade de ter uma boa vida. Não é necessário que você venda milhões de exemplares ou ganhe prêmios para ser um autor com uma base fiel de leitores.

Conquanto que você fale às pessoas que seu livro está lá, conquanto você promova a obra, ela terá chance.

Como os leitores acham livros?

Da mesma maneira que eles sempre fizeram: contando uns aos outros. David Gaughran nos lembra que a primeira razão pela qual leitores comprem um livro em particular é porque eles já leram e gostaram de alguma obra prévia do autor.

A segunda razão é que o livro foi recomendado por alguma fonte confiável.

Pessoas adoram descobrir novos escritores e novas histórias, e elas adoram compartilhar suas descobertas. Leitores ouvirão falar de seu livro por meio de algum amigo, uma avaliação, uma promoção em um fórum, Facebook, Twitter.

Claro, se o seu o livro for mal escrito, porcamente editado, a ponto de exibir erros básicos, isso não vai acontecer. Tampouco se você gastar cinco minutos para produzir uma capa feia, ou colocar um nome pouco atraente.

O autor precisa jogar a favor de seu livro. Alguns elementos são cruciais para isso. Se autores autopublicados querem ter sucesso, isso significa uma capa atrativa desenhada por um profissional, investir num editor profissional, formatar corretamente o seu e-book,

e conduzir apropriadamente o marketing de sua obra.

O processo é simples. Se os leitores gostarem da capa, eles lerão a sinopse. Se eles gostarem da sinopse, lerão a amostra. Se gostarem da amostra, eles podem comprar o livro. Se gostarem do livro, vão falar para mais pessoas.

ASPECTOS FUNDAMENTAIS À PRÉ-PUBLICAÇÃO

Os autores autopublicados devem deixar claro que seu produto é profissional, à altura de um livro publicado por uma grande editora. Para isso eles devem se preocupar com:

1. Revisão e Diagramação

Sobre a revisão ortográfica, é extremamente importante que um profissional faça o serviço. Na Internet é possível achar *freelancers* com preços bem acessíveis, como R\$2,00/lauda. Não envie seu trabalho sem revisão ortográfica.

Quanto à diagramação, vale novamente a menção ao ótimo guia da própria Amazon, "[Preparando o seu livro para o Kindle](#)". Ele fornece um passo a passo fácil e didático para deixar seu arquivo com aspecto profissional.

2. Design da capa.

Contrate um designer, e o oriente para que a capa seja a mais 'clicável' possível. Observe as capas de seus principais concorrentes. O que elas têm que chamam a atenção?

O designer precisa ser orientado sobre alguns aspectos práticos. A capa para Kindle será tamanho da imagem de um selo. Garanta que o título seja completamente legível do tamanho de um selo, mesmo em prejuízo do subtítulo. Cores com contraste. O fundo do site da Amazon é branco, portanto, evite cores pastéis, que farão seu livro se camuflar na página.

3. Nome.

Livros de não-ficção são obrigados a terem um seu título que agarre o leitor do seu nicho. Como escolher o título? O *Google Keywords* é uma ferramenta da Google que provê estatísticas de busca por tema e palavra-chave, e lhe ajuda a identificar as palavras mais buscadas. Faça um brainstorming sobre as palavras relacionadas ao seu livro. Por exemplo, se o seu tema é "Como

adestrar seu animal de estimação”, escreva em um rascunho as principais palavras (adestramento, pet, cachorros, gatos, etc) que lhe vem à mente. Em seguida, faça buscas na ferramenta *Google Keywords* e compare os resultados: <https://adwords.google.com.br/KeywordPlanner>

Para autores de ficção, essa etapa é um pouco mais difícil, mas mesmo assim, analisar as estatísticas disponíveis pode ajudar na escolha de seu título.

O importante é não escolher seu nome por mero capricho. O comportamento dos internautas em páginas da Internet não é de leitura e sim de “*scanner*”, de “leitura em diagonal”: Se algo não lhe chama atenção, a pessoa ignora o que está na tela. Portanto, se a boa reação deles ao título não for espontânea, esqueça.

4. Escolha das categorias.

É impossível ficar entre as primeiras colocações das principais categorias da Amazon, mas é possível escolher subcategorias dentro do seu nicho e ficar entre os primeiros. Quando o autor faz o *upload* de seu título, ele pode escolher em quais categorias seu livro vai figurar. Essa escolha deve ser muito bem estudada.

Na promoção, o objetivo central do autor é tornar o livro um dos primeiros colocados na sua categoria o quanto antes. Esse fator vai lhe gerar um vento de cauda nas vendas, promovendo um círculo virtuoso: Quanto mais vendas e avaliações positivas, melhor a posição do livro na categoria, o que gera mais vendas.

5. Descrição do seu livro.

É na descrição de um livro que a pessoa faz sua primeira leitura consciente sobre o conteúdo. Portanto, é aqui que o autor deve gastar as melhores 650 palavras que é capaz. Utilize termos que facilitem o seu livro ser encontrado pelos robôs de busca da Internet.

Voltando ao exemplo, “Como adestrar seu animal de estimação”, escreva em um rascunho as principais palavras (adestramento, pet, cachorros, gatos, etc) que lhe vem à mente. Em seguida, faça buscas na ferramenta *Google Keywords* e compare os resultados. Tente inserir essas palavras na descrição do livro, pois o robô de busca vai encontrá-las.

Se livros famosos apresentam sinopses curtas, autores desconhecidos não podem se dar esse luxo. Escreva sobre a verdade por trás de sua obra, mas escreva bem.

6. Maximizar a sua amostra grátis.

A Amazon permite que o leitor baixe 10% da obra sem ter que pagar por isso. Basta o leitor clicar no botão de amostra grátis.

A filosofia aqui é: dê ao leitor contato imediato à sua obra, e o quanto mais, melhor. Ele já topou conhecer seu conteúdo. Portanto, livre o leitor de tudo o que não é conteúdo. Peças como sumário, informações sobre o livro, agradecimentos, pedidos de avaliações, tudo isso pode ir para o final.

7. Estratégias de preço.

Já foi mencionado que um autor recebe royalties de acordo com o valor que escolhe para sua obra. Outra coisa é saber quão bem suas vendas respondem a cada preço estipulado.

Preços baixos têm o poder de diminuir o remorso pré-compra. Todavia, também dão a mensagem de que o conteúdo é barato, de baixa qualidade.

Por outro lado, começar com preços demasiado acima dos preços de outros autores do mesmo escalão, pode significar um forte obstáculo à sua inserção.

A liberdade de precificar sua obra lhe permite fazer testes, e mudar caso não dê certo. Mude aos poucos e espere algumas semanas até sentir os resultados.

Uma das maneiras mais simples de tornar um livro popular na Amazon é oferecê-lo gratuitamente por alguns dias.

É preciso que o autor se inscreva no KDP Selection (vide Seção “Amazon”, deste Capítulo). Este Programa permite que a cada 90 dias, o autor ofereça o livro gratuitamente, por cinco dias, consecutivos ou não. A condição é que, durante o período de 90 dias, você não poderá distribuir seu livro no formato digital em nenhum outro lugar.

Quando o fizer, avise ao mundo que seu livro está disponível gratuitamente naquele(s) dia(s). Por exemplo, utilizando propagandas pagas no Google, Facebook, blogs. Essas oportunidades são valiosas para aumentar o número de downloads

do livro e o número de avaliações.

8. *Start reviews.*

Assim como pessoas não contribuem com chapéus vazios, uma página de um livro vazia de avaliações assusta as pessoas. A este fenômeno se dá o nome de prova social.

Não há nada de errado em pedir ajuda nas primeiras avaliações, desde que não demonstrem uma mera ajuda gratuita ou escancarem a relação pessoal entre autor e avaliador. Comentários devem ser objetivos e se aterem a aspectos da obra. É saudável que haja críticas que não denigram completamente o livro. Um comentário do tipo “tal personagem poderia ter sido mais explorado”, apenas reforça o caráter honesto do comentário, sem comprometer uma possível venda.

Não pague para alguém fazer um comentário, nem o faça você mesmo.

Depois do começo, deixe que as avaliações comecem a vir espontaneamente.

9. Preparando o pós-vendas.

Ao final do livro, é crucial colocar duas coisas:

a) peça gentilmente que a pessoa avalie a obra na Amazon. Esse é o momento ideal;

b) disponibilize seu e-mail para que as pessoas lhe mandem sugestões, críticas.

Pergunte a elas se querem receber informações de seu próximo título. Dessa maneira, você estará segmentando um público altamente fiel, que será muito importante para seu novo lançamento.

ERROS COMUNS AO DECIDIR PELA AUTOPUBLICAÇÃO

Erros comuns ao se preparar para a autopublicação incluem:

Pular etapas essenciais do livro: O esforço de submeter um livro para a Amazon, uma vez realizado o cadastro do autor, é mínimo, e o autor pode ficar tentado a submeter seu livro o mais rápido possível para que ele “chegue logo aos leitores”. **Não faça isso.** O tempo que é gasto na preparação do conteúdo, edição, revisão e planejamento do lançamento é largamente recompensado pois quanto mais preparado seu livro estiver, mais leitores ele vai atingir.

Querer fazer tudo sozinho: Querer produzir a própria capa do livro, a menos que você seja um profissional na área de design, é receita certa para o fracasso. O leitor percebe na hora a diferença, e se afasta dos livros que não parecem “profissionais”. Da mesma forma, uma revisão ou diagramação mal feita podem comprometer o esforço de meses ou anos de produção do conteúdo; portanto, procure por patrocínio, troque favores, faça o que precisar fazer, mas não deixe de contratar profissionais para estas atividades.

EXERCÍCIO – PREPARANDO SEU LIVRO PARA SER (AUTO)PUBLICADO

Se você está utilizando este livro como um guia, neste momento seu livro está concluído. Mas ele está pronto para ser publicado?

O exercício deste capítulo, para você que deseja autopublicar seu trabalho, consiste em dois passos:

1

) Reveja os pontos destacados na seção ‘Aspectos Fundamentais à Pré-Publicação’ e crie uma lista de tudo o que você precisa fazer antes de submeter seu livro para um distribuidor de livros digitais. Para cada ponto da lista, indique um prazo para ser cumprido e, caso dependa de outras pessoas, anote quem vai realizar, o prazo e o custo estimado.

2

) Execute o planejamento, e só autopublique seu livro quando todos os passos tiverem sido cumpridos.

No próximo capítulo vamos conhecer um pouco mais sobre o mercado de livros e nos preparar para realizar a tarefa mais desafiadora para qualquer escritor: divulgar seu trabalho.

● **Eduardo Pastore** nasceu em Penápolis, e mora em Brasília, onde se pós-graduou em Gestão Pública e trabalha como especialista em políticas públicas e gestão governamental. Desde 2011 se envolve com a escrita criativa de ficção, tendo participado de diversas oficinas e um coach com o escritor premiado Oswaldo Pullen, que culminou em seu primeiro livro, “Tiranía da Contingência”. Em paralelo à escrita de ficção, há quatro anos se dedica a estudar e testar o marketing digital de livros. Já pesquisou as principais obras sobre o assunto e passou por treinamentos com os principais autores nos Estados Unidos, líder do mercado editorial, entre eles, *Number One Book System*, do guru digital Ryan Deiss, e o recente *Launch a Bestseller*, de Tim Grahl. No momento, está

escrevendo seu segundo livro de ficção e cursando o *Master Certificate of Songwriting and Guitar*, pela Berklee Institute.

11. <http://pesquisa.fipe.org.br>

12. <http://www.tiposdigitais.com/2014/04/brasil-nao-e-pais-do-ereader.html>

DIVULGAÇÃO

Com a participação de *Eduardo Pastore*

SOBRE A IMPORTÂNCIA DO AUTOR ATIVAMENTE DIVULGAR SEU LIVRO, E ALGUMAS ALTERNATIVAS SOBRE COMO FAZÊ-LO.

De depois de meses, possivelmente anos de esforço, seu original finalmente está chegando às prateleiras – reais ou virtuais! É um momento mágico, quando você finalmente passará do status de “escritor inédito” para o de “autor publicado” – ou de acompanhar o nascimento de mais um “filho” em sua família. E, como um agricultor que trabalhou duro para arar a terra e plantar as ideias, amorosamente removeu as ervas daninhas e regou as tramas até que frutificassem, neste momento é possível parar por alguns momentos para admirar o resultado de seu esforço.

Mas apenas por alguns momentos, pois o momento em que os grãos estão maduros é a hora de reunir todas as forças para a colheita, que é justamente o que justifica todo o trabalho anterior.

Pergunte a qualquer editor e a resposta será unânime: o trabalho do escritor é essencial para que qualquer livro venda bem – pra tristeza dos escritores que gostariam de se isolar do mundo, relaxar por algumas semanas e começar a escrever o próximo trabalho.

No entanto, é importante para o escritor entender que ele não está apenas divulgando um livro, ele está divulgando sua imagem como escritor, a sua plataforma.

E é esta imagem que vai ajudar a vender seus próximos livros.

A PLATAFORMA DO ESCRITOR

No contexto de carreira, a plataforma de um escritor é aquilo que o identifica unicamente frente aos leitores.

A definição, ainda que simplista, compreende bem o conceito: Stephen King e André Vianco são autores de terror; J. K. Rowling escreve livros de fantasia, E. L. James escreve pornô leve, e assim por diante.

O recado é: os leitores precisam saber o que esperar de seus próximos livros.

Quando você conseguir 1.000 leitores fiéis, que comprarão todos seus livros, sua carreira como escritor já estará consolidada.

Para chegar a este número, no entanto, é importante que sua plataforma esteja bem definida. Você precisa saber qual é o seu público alvo, precisa avaliar o que você gosta de escrever e entender o que você escreve bem.

Uma boa “receita para o sucesso” é lançar um novo livro (dentro de sua plataforma) a cada ano. Desta forma, a cada livro lançado você ainda será lembrado pelos leitores, aumentando sua chance de ser comprado; e cada novo leitor ainda encontrará os livros anteriores disponíveis para compra. Se você lança um livro de ficção científica, e dois anos depois lança um livro infantil, e um ano depois lança um livro policial, você não cria um público leitor, e cada livro será um novo ponto de partida.

A plataforma do autor, no entanto, não se resume ao gênero de livros que ele escreve. A imagem do autor é um componente essencial desta plataforma, pois em última instância o “produto” que você está vendendo não são seus livros, mas sua imagem: um leitor que compra um livro pode nunca comprar outro; mas um leitor que “compra” sua imagem irá querer comprar todos seus livros. Isto é muito visível em alguns autores infantis, que se fantasiam como seus personagens ou criam “personas” e divertidas para vender

suas obras, atuando em escolas, feiras literárias e outras oportunidades de divulgação; mas há autores de livros para adultos que capitalizam muito mais sobre sua imagem que sobre seus livros, como a escritora Raquel Pacheco, que sob seu pseudônimo de Bruna Surfistinha vendeu milhões de exemplares.

É importante que você, como autor, entenda que sua aparência, sua impostação de voz, seus gestos e sua forma de vestir fazem sim diferença, e podem tanto conquistar quanto afastar leitores.

Desta forma, para definir sua plataforma você precisa buscar justamente aquilo que o torna único, as pequenas particularidades de seu jeito de ser que irão fazer diferença na hora de conquistar os leitores.

E da mesma forma que você precisa praticar técnicas de escrita para aperfeiçoar seu trabalho, também precisará estudar técnicas de apresentação, exercitar sua habilidade de falar em público, buscar maneiras de se destacar, respeitando suas particularidades e explorando ao máximo seu carisma.

Nem todos têm (ou desejam ter) facilidade para falar em feiras literárias, escolas ou Bienais, da mesma forma que nem todos têm (ou desejam ter) conhecimento para lidar com redes sociais, participar de grupos virtuais e estimular seus leitores via internet.

Você precisa descobrir qual a melhor forma de entrar em contato com o leitor, qual a forma que você acha mais confortável de divulgar seu trabalho. E vai precisar, de vez em quando, fazer sua parte na divulgação e sair desta zona de conforto, sob a pena de comprometer sua carreira.

Afinal, é clichê, mas não há como fugir desta realidade: o gado só engorda sob o olhar do dono. E os livros só vendem se houver ajuda do autor.

Para que possamos saber onde vale a pena concentrar os esforços para divulgação do livro, vamos apresentar uma visão geral dos diversos componentes do mercado livreiro, essencial para qualquer escritor.

VISÃO GERAL DO MERCADO LIVREIRO

O mercado do livro, encarado de maneira ampla, envolve entidades de grupos associados ao mercado de livros (como a CBL - Câmara Brasileira do Livro), programas de governo como o PNBE (Programa Nacional de Biblioteca da Escola), escolas, feiras do livro, bibliotecas e muito mais, incluindo – por que não? – até mesmo sítios da internet, comunidades virtuais e listas de discussão com foco em leitura ou na escrita.

Não é nosso objetivo apresentar aqui uma visão completa dos componentes deste mercado, até porque tal coisa por si merece um livro completo, como efetivamente já foi escrito¹³.

O que desejamos aqui é mencionar alguns dos componentes mais diretamente relacionados à venda imediata do livro, especialmente aqueles com os quais o autor pode trabalhar diretamente de maneira mais simples.

Nesta visão de certa forma simplista, seu livro pode passar por:

- Agência literária:** O agente literário é um dos melhores parceiros que um autor pode ter: uma pessoa com grande conhecimento de mercado e os contatos certos, que saberá a quem seu livro pode interessar e como apresentá-lo da melhor forma possível. Além disso, o agente vai ajudar em todas as questões administrativas e legais da carreira do autor, desde a revisão dos contratos ao gerenciamento dos royalties. Infelizmente, ainda há poucos agentes no Brasil e a maioria não aceita mais autores devido ao excesso de trabalho.

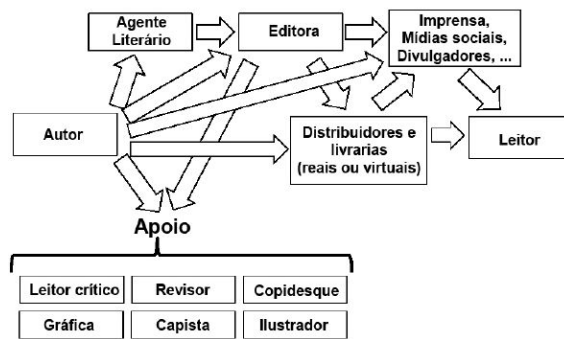
- Editora / Equipe editorial:** São os responsáveis na editora pela escolha e publicação do livro e outros dos melhores parceiros do autor. O autor deve sempre conversar com sua equipe editorial para conhecer tendências de mercado, entender o que a editora espera dele agora e para o futuro, saber como melhor divulgar seus livros e contribuir com suas ideias para isso e muito mais.

•**Assessoria de imprensa:** Normalmente as editoras têm uma área (interna ou terceirizada) dedicada exclusivamente aos contatos com a imprensa para divulgação das obras de seu catálogo. Além dos contatos com a mídia em todos os meios (digital, rádio, TV, impressa, etc.), o valor da assessoria de imprensa está na capacidade de conseguir a chamada “mídia espontânea”, a inclusão de um livro em pautas de notícias sem custo. O lançamento é um momento crucial para a obra, pois o livro em si é uma notícia, mas uma boa assessoria de imprensa vai além, buscando oportunidades de incluir os livros nas pautas das agências noticiosas conforme modismos, épocas do ano ou assuntos em destaque que tenham relacionamento com o assunto abordado no livro.

•**Distribuidores:** Os distribuidores são os responsáveis por receber os livros das editoras e enviá-los às livrarias – com exceção das grandes redes de livrarias, que realizam a própria distribuição de livros. O trabalho dos distribuidores é essencial para fazer com que os livros de todas as editoras e em especial as de pequeno porte, cheguem às pequenas e médias livrarias de determinada região. Muitos distribuidores limitam-se a realizar este trabalho de intermediário, enquanto outros atuam efetivamente na divulgação dos livros que vendem. O escritor deve descobrir quais são os distribuidores que atendem sua região e entrar em contato com eles para descobrir se, juntos, podem atuar na divulgação do livro.

•**Livrarias:** Como as editoras não entram em contato direto com as livrarias, é essencial que o autor esteja em contato com as livrarias para divulgar seu trabalho. Além dos lançamentos e tarde de autógrafos, o autor deve sempre que possível (tendo em vista a alta rotatividade dos funcionários) agendar palestras para apresentar seus trabalhos para vendedores e coordenadores das livrarias. Nestas apresentações, o autor deve contar brevemente a história de seu livro e, principalmente, em que gênero ele se enquadra e com quais livros tem alguma semelhança, pois com isso os vendedores terão mais condições de indicá-lo a possíveis leitores.

O infográfico a seguir mostra as relações entre estes e outros agentes do mercado literário.



CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

Dentro do mercado editorial, vale a pena explorarmos um pouco mais os canais de comercialização, que são os pontos de contato direto com o leitor.

Quando falamos em canais de comercialização, a primeira instituição que vem à mente são as livrarias e, em segundo lugar, as bancas de revistas que nos últimos anos têm diversificado seus produtos e vendido livros.

Efetivamente, livrarias respondem por 65% dos exemplares vendidos no Brasil, enquanto as bancas aparecem em segundo lugar, com 18% das vendas¹⁴.

No entanto, outros canais importantes existem e dependendo do livro podem ser os principais responsáveis pelas vendas. As igrejas e outros espaços religiosos têm crescido em importância como canais de distribuição de livros, que venderam mais de 11 milhões de exemplares, ou 4% do mercado, em 2014¹⁵.

Outro canal importante é o das vendas porta em porta. Este canal triplicou o número de vendas entre 2006 e 2009, e apesar de algumas flutuações nos anos seguintes chegou a um montante de 26,2 milhões de exemplares vendidos em 2014, ou cerca de 9,5% do total de livros vendidos no Brasil¹⁶.

Neste canal, um dos grandes destaques é a empresa multinacional Avon, que incluiu em seu catálogo de vendas livros best-sellers de autoajuda e de literatura. Este canal de venda consegue atingir um público que não está acostumado a visitar livrarias e grandes editoras como a Nova Fronteira, Agir, Record,

Ediouro e Sextante realizaram parcerias com a Avon para explorar este mercado. Apenas como ilustração, vale destacar o livro de Max Lucado, “Dias melhores virão”, que vendeu 30 mil exemplares nas livrarias em cerca de dois anos e mais de 300 mil através da Avon¹⁷.

Outros canais incluem feiras de livros, bancas de jornais, bibliotecas, supermercados e outros, incluindo máquinas de vendas de livros encontradas em algumas estações de metrô em São Paulo. Apesar de ainda pouco expressivos percentualmente, estes canais alternativos têm ganhado espaço nos últimos anos, segundo os números da pesquisa da FIPE de 2014.

Você precisa, portanto, conhecer seu público e procurar a melhor maneira – incluindo maneiras inovadoras – de se chegar a ele.

ORGANIZANDO SEU LANÇAMENTO

O lançamento de um livro é mais do que simplesmente o momento de vender algumas dezenas de exemplares – é o momento em que o livro, independente do assunto que trate, é notícia. E, como tal, você deve aproveitar ao máximo este momento para conseguir alguma mídia espontânea para divulgar não apenas aquele livro, mas sua imagem como escritor e, em consequência, todo seu trabalho.

Para aproveitar este momento, é necessário que você se organize para divulgar o evento da melhor forma possível. Para isso, elencamos a seguir alguns pontos a serem lembrados – complete as listas com suas próprias ideias!

PREPARANDO-SE PARA O LANÇAMENTO

A primeira preparação a ser realizada é a psicológica: O mais provável é que apenas alguns de seus amigos próximos irão aparecer em seus primeiros lançamentos, não desanime com isso. O que se conseguir de divulgações em jornais, rádio, TV e em comunidades na internet normalmente não contribuem para encher um lançamento, mas podem ajudar a vender o livro posteriormente.

Por conta disso, raramente vale à pena para um escritor iniciante realizar um lançamento fora de seu estado de origem, sob a pena de ver-se sentado por horas à espera de leitores que não vem.

Caso sua editora tenha sede na sua cidade de origem, entre em contato com ela e verifique como utilizar as informações e mecanismos da editora no apoio ao lançamento. Editoras maiores podem ter uma equipe já acostumada a organizar estes eventos, mas mesmo estas dependem diretamente dos materiais que o escritor prepara sobre o livro a ser lançado.

Se sua editora não é de sua cidade de origem, procure outros escritores, distribuidores ou livrarias locais e descubra qual o melhor local para o lançamento. Lançamentos em livrarias sempre são

preferidos, pois aumentam as chances de vender livros para outros que não os convidados.

Antes do lançamento, será necessário preparar:

- Sinopses do livro:** escreva diversas sinopses, com níveis de detalhamento diferentes, começando com uma apresentação em apenas 140 letras (para divulgação em sites de mensagens instantâneas como <http://Twitter.com>), indo até, no máximo, sinopses de uma página para envio como impresso.

- Modelos:** de carta de apresentação e mensagem eletrônica para o lançamento, falando brevemente do autor e da obra sendo lançada.

- Imagens da capa:** Em pelo menos dois tamanhos: uma pequena, para envio em mensagens eletrônicas e uso em sítios da internet e uma outra maior, com mais qualidade, para o material impresso.

- Lista de contatos pessoais:** organize os correios eletrônicos, endereços e telefones de seus contatos em uma lista – isso será útil para todos os lançamentos.

- Lista de contatos na mídia:** use a internet, telefone e contatos de amigos e monte uma lista de profissionais da mídia, especialmente editores de cadernos de cultura ou jornais literários e responsáveis por resenhas nas diversas mídias. Não se esqueça de incluir nesta lista outras mídias além da impressa, como programas de rádio e TV voltados para literatura, ou que anunciem novidades culturais; sítios da internet de escritores, resenhistas e voltados à cultura em geral.

- Listas de discussão e comunidades:** gaste um tempo navegando por sites que oferecem comunidades e listas de discussão, como Skoob, Instagram, Facebook e outros e se inscrevendo nas listas que congregam autores, leitores e interessados em literatura. Algumas destas comunidades oferecem a facilidade de registrar eventos; outras permitem apenas o envio de mensagens aos membros.

- Sítio internet para o livro, ou página sobre o livro no sítio pessoal do autor:** A página deve conter as sinopses, quaisquer resenhas que tiverem sido escritas, imagens da capa em diversos

tamanhos e, se possível, algum material extra como capítulos para download, curiosidades sobre a obra, entrevista com o autor, papel de parede para computadores e etc.

DIVULGAÇÃO DO LANÇAMENTO

Com estas informações em mãos, agende a data de lançamento e inicie a sua divulgação. Cada livro terá uma campanha particular, incluindo divulgações para leitores que participem de possíveis grupos de interesse.

Apenas como ponto de partida, segue uma ideia geral do que pode ser realizado como divulgação de seus livros:

Negocie com a livraria a inclusão de uma chamada para o lançamento em seus panfletos. Caso não seja possível, verifique a possibilidade de apresentar uma palestra na livraria, seguida do lançamento – normalmente, palestras são bem divulgadas e ainda despertam mais interesse dos possíveis leitores do que o lançamento de um autor que não conhecem.

Assim que o material de divulgação estiver pronto, divulgue a data de lançamento em seu sítio pessoal na internet.

Envie por correio para os contatos da mídia, com pelo menos 15 dias de antecedência do lançamento, uma cópia de seu livro com a carta de apresentação, a sinopse da obra e a referência para o material eletrônico (site do livro), de onde podem ser baixados os materiais adicionais que podem ser úteis à imprensa. Revistas de grande circulação como a Veja chegam a receber cem livros em apenas uma semana; portanto tudo o que você puder facilitar para o resenhista será bem vindo. Além disso, sempre mande o livro nominalmente a uma pessoa - e não ao “departamento editorial”, por exemplo.

Com 15 dias de antecedência, envie mensagens eletrônicas a todos seus contatos particulares, às listas de discussão na internet e cadastre o evento nas diversas comunidades, lembrando sempre realizar um convite para consultarem o site do livro e lerem os capítulos disponíveis para download.

Com três ou quatro dias de antecedência, reenvie as mensagens aos seus contatos para lembrá-los do lançamento.

No Twitter, Facebook e outras redes de que você participe, faça uma contagem regressiva para o lançamento, com algumas mensagens por dia. Mas cuidado com exageros, ou suas mensagens irão parecer *spam* para seus contatos. Uma boa tática é incluir curiosidades, imagens ou mensagens associadas ao livro a cada chamada, para torná-las interessantes.

Nos últimos dois dias, telefone para seus contatos mais próximos, procurando confirmar a presença.

Além disso, lembre-se de “cobrar” da editora o envio de convites reais ou virtuais para sua mala direta e os contatos de sua assessoria de imprensa. Normalmente, você pode entregar a sua lista de contatos à editora para que sejam enviados livros e convites; mas sempre tome o cuidado de convidar você mesmo seus amigos.

Após o lançamento, inicia-se o trabalho de divulgação da obra, conforme veremos mais tarde neste capítulo.

CHECKLIST PARA O DIA DO LANÇAMENTO

O dia de lançamento de um livro é sempre muito atribulado, portanto convém criar uma lista de tudo que precisa ser lembrado para evitar correrias e chateações. Novamente, esta lista pode variar dependendo de quem está organizando o lançamento (o autor ou a editora), mas mesmo que você não esteja responsável pela organização, convém verificar se pelo menos os itens da lista a seguir estão prontos.

- Mesa e cadeira separados, com algum destaque, para o autor se sentar.

- Banner (cartaz) sobre o lançamento, se possível para ser colocado no local com pelo menos uma semana de antecedência.

- Livros para venda. Parece básico, mas lembre-se que a editora e a livraria precisam estar informadas com tempo de antecedência suficiente para que os livros cheguem à livraria. Quanto à quantidade, por segurança reserve um pouco mais do que quantidade esperada, lembrando que é normal que a maioria dos convidados não apareça. Um lançamento que reúna entre 50 e 100 pessoas, para um autor iniciante, é normalmente considerado um sucesso. Se o você possui outros livros, deve garantir que eles

também estão à venda, pois é comum alguns compradores comprarem outros títulos do mesmo autor.

- Livros para exposição. Leve diversos livros para serem colocados, como “decoração”, sobre a mesa de autógrafos. Se é seu primeiro livro, monte algumas pilhas do livro sendo lançado.

- Plaquetas com o nome do autor e do lançamento. Coloque sobre a mesa duas plaquetas: uma com o nome do autor e outra com a palavra “Lançamento” e o nome do livro. Convém ter uma terceira placa, escrito “O autor retorna em breve”, para deixar sobre a mesa caso você precise se ausentar por alguns momentos.

- Modelos de dedicatórias. Muitos leitores esperam que o autor escreva algo mais profundo do que “Um abraço para o amigo” em suas dedicatórias. Elabore três ou quatro frases que tenham a ver com o conteúdo do livro e use variações destas frases para autografar os livros, pois tentar ser imaginativo com a pressão emocional do lançamento pode ser complicado.

- Balcão para vendas. Em grandes livrarias, normalmente apenas um caixa fica dedicado à venda do livro; mas se você optou por realizar o lançamento em um restaurante ou em outro local, garanta que existe uma mesa separada para quem desejar comprar o livro, com um profissional dedicado a realizar as vendas. Mais importante que isso, é garantir que o vendedor esteja orientado para incluir, dentro de cada livro, um pedaço de papel com o nome da pessoa a quem dedicar o livro, para evitar o constrangimento ao autor por reencontrar um antigo amigo cujo nome não se recorda.

- Coquetel. É comum que durante o lançamento do livro haja um garçom servindo bebidas e salgados, embora não seja obrigatório. Se a livraria ou a editora não pagam por este serviço e você também não pode pagar, reserve ao menos uma mesa com petiscos e alguns refrigerantes para dar um tom de festa ao lançamento!

CRIANDO UMA BASE DE LEITORES

Nenhum autor (ou, para ser justo, quase nenhum) fez realmente sucesso escrevendo apenas um livro.

Para conquistar uma base de leitores, é necessário estar sempre escrevendo. Alguns dos leitores que gostarem de seu primeiro livro comprarão o segundo e alguns que gostarem do segundo comprarão também o primeiro. Ao chegar ao sexto ou sétimo livro, este ciclo de retroalimentação terá provavelmente gerado uma razoável base de leitores e a cada novo livro você chegará mais perto do sonho de viver apenas de sua obra.

Embora os lançamentos sejam o melhor momento para conquistar a atenção da mídia e angariar novos leitores, o autor precisa estar sempre procurando novas formas de divulgar seu trabalho. Como diz o ditado popular, “o gado só engorda sob o olhar do dono” e no caso dos livros não é diferente: a participação do autor é o que mais faz diferença no aumento das vendas do livro.

Esta atuação pode ser realizada de diversas formas, como veremos nos tópicos a seguir, escritos por Eduardo Pastore.

Importante destacar neste ponto um conceito oriundo do estudo de Economia, o chamado “custo da oportunidade”: todo tempo que você gastar para aproveitar uma das atividades a seguir, é um tempo que não poderá ser gasto em outras atividades, nem escrevendo sua próxima obra. Assim, planeje com cuidado em que oportunidades você deve gastar seu tempo, visando sempre o máximo de impacto com o mínimo de esforço.

PRESEÇA VIRTUAL

Uma das formas mais baratas para divulgar o trabalho de um autor – e, infelizmente, uma das que tomam mais tempo – é a sua presença virtual.

Através da internet, você pode participar de comunidades de

leitores, escritores, discussões literárias, educadores e muitas outras, listas de discussão, sítios voltados à cultura e literatura, grupos de pessoas ou empresas em redes de comunicação e redes de relacionamento e muito mais.

Conforme o público-alvo de seu livro (idade, escolaridade, interesses) e os assuntos cobertos no livro, faça uma lista dos locais onde sua presença virtual pode ser vista com mais interesse e invista algum tempo, sempre que possível, reforçando sua presença e a de seu livro.

Mas cuidado: sua participação deve ser de interesse do grupo, agregando valor a discussões e efetivamente participando, com uma pequena propaganda (usualmente, na assinatura de suas mensagens). Se sua presença virtual for associada simplesmente à propaganda, você irá ser taxado como “*spam*” e as pessoas logo irão parar de ler suas mensagens!

Na próxima seção convidamos o escritor Eduardo Pastore, especialista neste assunto, para falar sobre como divulgar seu trabalho na internet.

PROMOVENDO O LIVRO NO MUNDO VIRTUAL

Este tema é amplo, objeto de cursos presenciais e online, livros e até mesmo seminários exclusivos sobre a temática. Ao final, aponto a bibliografia utilizada na elaboração deste guia, às pessoas que quiserem se aprofundar nas técnicas sobre promoção na Internet.

Não é objeto deste texto demonstrar em detalhes as técnicas de promoção, mas sim, apresentar a temática e nortear as grandes etapas que devem permear um posicionamento e um plano de promoção.

A proposta é enxergar o contexto. A Internet alterou o mercado literário, o que abriu uma oportunidade única de entrada a novos autores. E sim, é possível se estabelecer no mercado, desde que as ações sejam orientadas a uma conquista orgânica de leitores. A construção de uma base de fãs por meio de ações reais e humanas.

Não se deve confundir isso com promessas de milagres trazidas pela Internet. Não há dinheiro fácil.

TÁTICA VERSUS ESTRATÉGIA

Tática pode ser entendida como técnica momentânea para se obter resultados rápidos. As táticas devem mudar ao longo do tempo, pois os obstáculos mudam, assim como as ferramentas disponíveis.

Estratégia pode ser entendida como planejamento para se alcançar um grande objetivo. A estratégia deve utilizar táticas para conquistar pequenas batalhas, pois o cenário muda, mas a estratégia não muda.

Falando de estratégia para alguém que quer se estabelecer como escritor ou escritora, a questão é o longo prazo: produzir sua arte com profissionalismo e descobrir um nicho de leitores, que gostem e estimulem sua arte.

Para atingir esse objetivo, a pessoa deve escrever, escrever

muito. Publicar, e escrever novamente. Este é o lema de Sean Platt e Johnny B. Truant, em seu abrangente livro “*Write, Publish, Repeat*”.

Falando de tática para alguém que quer publicar, é importante entender o conceito de plataforma. Plataforma é o nome que se dá a uma audiência que o acompanha de alguma maneira, seja blog, contas de Twitter, Facebook, *podcasts*, artigos em revistas e jornais.

Cada plataforma exige uma tática diferente.

Há diversas táticas para se vender um livro. É possível vender sem que você tenha uma base de leitores estabelecida. Você pode vender livros físicos; pode achar uma editora; pode utilizar os serviços de autopublicação da Amazon ou da iTunes; pode utilizar o Facebook para criar uma página e atrair centenas de fãs; pode criar uma conta no Twitter e fazer contatos com blogueiros que indiquem seus livros.

A Internet está aí, serviços surgem e somem todos os dias. O Twitter é um grande negócio hoje? O Facebook é? A Amazon e Instagram? Todos eles serão em 2020?

E o que garante que eles não mudarão suas regras no ano que vem?

Eis este o grande problema de não se construir uma plataforma. Seus ativos dependerão de regras de outras plataformas.

Platt e Truant nos dão duas grandes razões para se criar uma plataforma:

- Um lugar onde as pessoas podem achar os seus títulos;
- Um lugar que você é o dono, e que tenha o controle.

Em poucas palavras, construir sua plataforma se trata de ser proprietário de um website. Você paga algum servidor, e ele armazena seu banco de dados. É importante que seu site possibilite os leitores se cadastrarem.

A conclusão é que possuir uma plataforma própria é vital para sua estratégia, pois ela cria uma base no longo prazo. Tenha o seu próprio site, e tenha um lugar onde as pessoas podem se cadastrar em sua *mailing list*. As outras plataformas devem ser secundárias.

COMEÇANDO DO ZERO

Este é o exato ponto onde todos os escritores começam. O seu primeiro lançamento terá sucesso?

É importante definir esta palavra. Se sucesso significa entrar para as listas de *best sellers*, então a resposta é não.

Se sucesso significa que o seu primeiro lançamento, se bem planejado, pode ser um tijolo importante para a construção de uma carreira longa e de uma plataforma frutífera, então a resposta é sim. Sem sombra de dúvida.

Deste ponto de vista, entenda que um livro não é o fim, mas um meio. Cada livro novo é um tijolo para solidificar a sua carreira e aumentar a audiência.

Indo direto ao ponto: se você não tem uma audiência, use o seu 1º livro para criar uma. Ter escrito um livro lhe distingue de boa parte das pessoas, não importa que seja curto e autopublicado.

Ter escrito um livro chama a atenção das pessoas de um jeito que nada mais chama. Isso significa que você pode dar uma palestra, participar de podcasts, escrever posts em blogs, e outras oportunidades que não existiam antes de você ter escrito o livro.

Cada momento desses é uma chance de levar sua voz a novas pessoas, gerar curiosos e convidá-los a conhecer sua plataforma, lhes entregar conteúdo gratuito e útil e começar um relacionamento que pode durar anos, com fãs ávidos para consumir tudo o que você produzir.

ENCONTRANDO SEU NICHOS

Considerando que a estratégia seja escrever e vender, esta última parte tem a ver com achar leitores.

Platt e Truant são incisivos, não há mágica, não dá para trapacear. Não é possível gastar 10 horas por semana no Facebook e 2 horas escrevendo. Isso não o levará a lugar algum.

Sabendo disso, como um escritor pode procurar por novos leitores?

- **Escrevendo outros livros:** Escrever mais é sempre a melhor maneira de encontrar leitores, e a melhor maneira de transformar leitores em fãs.

- **E-mail:** É possível criar uma conta especial de e-mail e inclui-la

em seu site, na página ‘Sobre o Autor’. Encoraje os leitores a mandarem mensagens. Não fique meses sem contatar seus leitores. Acostume seus leitores a receberem suas notícias, esperando boas notícias.

- **Mídias Sociais:** Você pode tentar técnicas secretas se quiser, mas nenhuma será melhor do que achar e fomentar relações com seus fãs do que simplesmente agindo como uma pessoa querendo trocar pensamentos e ideias. Sugestões:

- o **Twitter:** poucos minutos por dia, interagindo com pessoas reais. Trocar informações de maneira espontânea. Responda a todas as mensagens dos leitores. Não faça spam;

- o **Facebook e Wattpad:** deixe as pessoas chegarem até você, em vez de querer empurrar o livro goela abaixo. Contatos genuínos, nada de spam. Observe, se divirta. É uma boa maneira de deixar seus leitores descobrirem seu lado humano.

- o **YouTube:** grande potencial, especialmente para autores de não-ficção. Os vídeos são encontráveis por metadados (informações em que você fala sobre o que é o vídeo), portanto, fáceis de serem achados via pesquisa no Google. O YouTube também lhe permite anexar vídeos em Websites, o que significa que você facilmente copia e cola vídeos.

- o **Turbinando seu Marketing:** Se há uma tática que vale a pena gastar seu tempo, é a construção de funis de produtos, considerando que você tenha uma família de produtos.

Funil é a maneira como você organiza seus produtos, de maneira que um primeiro leva logicamente ao segundo. Isso é feito se colocando uma série de ponteiros - ao final dos livros, nas descrições. As pessoas o farão, caso dê a elas motivos atraentes.

As sequências devem ser lógicas. Se o produto gratuito não tem a ver com o produto, seu funil não está alinhado.

PONTEIROS

Em inglês, os ponteiros que guiam os funis são chamados “*Call to Action – CTA*”.

Para escritores, os CTAs são usualmente colocados em alguns lugares específicos:

- CTA ao final do livro, para a sequência ou para sua caixa de

livros;

- CTA em seu website, para se inscrever em sua *mailing list*;
- CTA ao final do livro, para deixar um comentário em algum site.

É importante falar que a pessoa deve perceber um benefício imediato, ainda que seja sua própria satisfação em participar de algo.

É por esse motivo que a porta de entrada dos funis normalmente são produtos gratuitos. Isso dá a sensação de benefício imediato.

Sean Platt e Johnny B. Truant não colocam CTA para o primeiro livro gratuito da série. Deixam que o curioso olhe a capa, a descrição, e se quiser faça o download gratuito.

Ao final, eles colocam dois CTAs. O motivo é que as pessoas costumam tomar decisões se você lhes dá opções:

- 1) Compre o segundo livro da série;
- 2) Economize 60% e compre a caixa com todos os 9 livros da série;

- CTA para produtos gratuitos

Algumas opções para semear o seu produto inicial gratuito:

- o Contos dentro do mundo de sua história;
- o Oferecer livros gratuitos em seu website (.mobi, .epub, PDF) para download;
- o Online *Reading Sites*, como o Wattpad.com, onde as pessoas leem livros gratuitos que vão ao ar capítulo a capítulo;
- o Criando pilotos e vendo a reação da audiência;

BÔNUS: PLANEJANDO O LANÇAMENTO

Gostaria de abordar um último tópico muito importante. O lançamento de um e-book.

Joanna Penn, aborda o assunto de maneira bastante didática em seu livro *“How to Market a Book”*.

Com o e-book, não é necessário vender todo o “estoque” nas primeiras duas semanas. Novos leitores podem lhe descobrir todos os dias. Podem comprar um título novo, um título velho, um áudio livro ou talvez mandar imprimir.

Se você quer vender o livro por anos, e não apenas no mês de lançamento, é mais apropriado considerar o plano de longo prazo.

Soft Launch

Joanna Penn mostra como faz o que chama de “*soft launch*”, ou “lançamento suave”, em tradução livre.

Já falamos da importância das *start reviews*. Elas dão à obra prova social.

Para conseguir *start reviews* é possível usar o período pré-vendas. Se você tiver uma lista, mande um convite oferecendo uma versão gratuita, exclusiva para a lista.

“Está quase na hora de botar o livro na rua. É aqui que entra meu convite, ao qual serei muitíssimo grato se você topa: ler o livro antes da publicação.

Se gostar da história, lhe encorajo a fazer uma pequena avaliação na página de venda. E se você não gostar do livro, por favor, não publique sua avaliação (=”

Envie cópias gratuitas a quem respondeu, algumas semanas antes do livro ficar disponível. Depois, lembre a elas onde devem deixar os comentários.

Ao final do livro, sempre inclua “se você gostou do livro, você pode se cadastrar para saber dos próximos lançamentos, e por favor, se puder, deixe um comentário no site.”

Outras dicas durante o *Soft Launch*.

- Compre cópias dos livros nos sites e cheque a formatação;
- Mande email para sua lista oferecendo desconto por tempo limitado;
- Tente agendar entrevistas em blogs;
- Mire um dia específico de lançamento.

PÓS-LANÇAMENTOS E RELANÇAMENTOS

É possível mudar sua capa, ou então relançar a obra numa data específica ou relevante para o tópico do livro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE DIVULGAÇÃO NO MUNDO VIRTUAL

Esse texto de maneira alguma esgota o assunto sobre marketing de e-books. É justo o oposto, serve como um guia inicial. Incentivo aos autores aprofundarem o conhecimento.

A jornada dos autores que querem se aventurar no ambiente digital não precisa ser solitária. Diversas pessoas estão testando ferramentas e técnicas por aí, publicando suas descobertas, enriquecendo o debate.

O primeiro grande passo é acreditar no potencial de sua obra.

Minha gratidão a todos que quiserem expressar suas opiniões sobre este texto com sugestões e críticas. É só mandar uma mensagem para eduardo.pastore@gmail.com.

OUTRAS FORMAS DE DIVULGAÇÃO

Um romance não se torna um sucesso sem a participação ativa do escritor.

Além de continuar escrevendo, manter uma presença virtual e estar em contato contínuo com a assessoria de imprensa de sua editora, o autor deve procurar outras formas de divulgar seu trabalho.

O autor deve avaliar as diversas alternativas e elaborar um plano de comunicação com ações que ele se sinta à vontade de fazer – enquanto algumas pessoas ficam perfeitamente bem abordando possíveis leitores em livrarias, outras se saem melhor falando em público e outras apenas se sentem bem conversando em pequenos grupos.

A seguir apresentamos algumas ideias, apenas como ponto de partida para você montar seu plano de comunicação.

•**Vendas Sazonais:** Além do lançamento, o livro pode tornar-se novamente “noticiável” conforme a época do ano ou a ocorrência de determinados eventos.

Por exemplo, um romance que mencione fatos ocorridos na fundação de Brasília pode procurar destaque à época do aniversário da cidade, especialmente em aniversários mais comemorados, como o de 50 anos da cidade. Outro romance, que inclua fatos transcorridos à época da libertação dos escravos, pode procurar algum destaque quando da comemoração do fim da escravidão no país.

Normalmente a editora conta com uma assessoria de imprensa que se preocupa constantemente em divulgar as obras de seu catálogo; no entanto esta assessoria é tão efetiva quanto as informações que os autores fornecem a ela. Procure fazer uma lista de todos os assuntos junto aos quais seu livro pode ser noticiado, como datas comemorativas, referências geográficas,

comportamentais, etc.; com isso você irá garantir a eficiência do valioso apoio da assessoria para sua obra.

- Palestras:** Usualmente as livrarias, mesmo as grandes redes, são bastante abertas para apresentação de palestras. Busque falar sobre assuntos mencionados em seu livro, para despertar o interesse dos possíveis leitores, ou de temas associados à produção literária, que usualmente também são bem recebidos. Alternativamente, é possível realizar palestras mais reservadas com os vendedores, apresentando seu livro e mostrando em que gêneros ele pode se enquadrar.

- Clubes de livros:** Clubes de livros, ou clubes de leituras, são grupos que se reúnem periodicamente (normalmente, uma vez por mês) para selecionar um livro para todos lerem e comentar o livro lido no período anterior. Nos Estados Unidos há grupos com milhares de pessoas, pelo que a visita a estes grupos é o ponto de partida para diversos autores; e embora no Brasil ainda não haja grupos deste porte, a oportunidade de conversar com leitores ávidos e torná-los seus fãs e co-divulgadores deve ser bastante valorizada.

- Feiras literárias:** Nas “FLI” (Feiras Literárias Internacionais), o autor é o maior destaque, então procure sempre que possível participar destas feiras, entrando em contato cedo com as organizações e procurando alternativas de participação. Há diversas destas feiras ocorrendo todo ano no Brasil e novas aparecendo a cada ano: FLIP (de Parati), FLIPORTO (de Porto de Galinhas), FLIPIRI (de Pirenópolis) e diversas outras.

- Bienais e Feiras do Livros:** Nas feiras bienais do livro (as mais famosas são do Rio e de São Paulo) e em outras feiras de livros, o personagem principal é o livro, mas ainda assim há muito espaço para o autor, com palestras, mesas redondas, lançamentos e outros.

- Concursos:** Outra forma de conseguir algum destaque é através de concursos. Embora uma premiação em um concurso pequeno possa não dar tanto destaque quando um Prêmio Jabuti, mesmo estes concursos ajudam a divulgar seu nome e podem ser uma alternativa interessante para ajudar a compor um currículo de escritor que chama a atenção das editoras.

- Venda direta:** Apesar de mais trabalhoso, o autor ganha um

valor maior por livro quando o vende diretamente, pelo que diversos autores preferem vender seus livros diretamente – entre amigos, em bares e restaurantes, em stands, através de propagandas em revistas, etc.

Há muitas formas de promover seu trabalho e cabe a cada um descobrir em qual delas vale mais à pena gastar seu tempo, segundo seu ponto de vista. O mais importante é não se acomodar, buscar sempre promover seus livros, pois sem isso é muito difícil ter um resultado de vendas expressivo.

Um bom exemplo disso é o autor americano J.A. Konrath. Ao escrever o livro *“Whiskey Sour: A Jack Daniels Mystery”*, ele recebeu de seu agente literário a grata notícia que uma editora não só iria querer editar o livro, mas também fazer um grande contrato (“com seis dígitos”, segundo entrevista do autor à revista *Writers’ Digest*) para publicar mais três livros com o mesmo personagem.

Com um contrato deste montante assinado, o escritor poderia ter se enfiado em casa para começar a escrever o próximo livro, mas sua preocupação imediata foi: “Preciso fazer este livro vender!”.

Deixando seu antigo emprego de garçom, Konrath começou a viajar por diversas cidades próximas e realizar lançamentos do seu livro, além de simples “aparições”: ele chegava nas livrarias, se apresentava como autor do livro (que teve larga distribuição nos Estados Unidos) e se dispunha a assinar alguns exemplares para a livraria vender com algum destaque, além de conversar com leitores e vendedores.

Ainda na entrevista à *Writers’ Digest*, o escritor declarou que após 3 dias em 3 cidades diferentes, ele se sentia muito cansado mas extremamente satisfeito, pois conseguira vender diretamente cerca de 40 livros e provavelmente promover a venda futura de muitos outros.

Ora, se um autor com um contrato de mais de um milhão de dólares vê-se obrigado a divulgar seu trabalho e consegue se sentir satisfeito por vender apenas 40 livros, devemos ter a humildade de aprender com ele que o sucesso é construído lentamente e depende integralmente com nossa participação.

ERROS COMUNS APÓS A PUBLICAÇÃO

Após conseguir publicar seu livro, o autor corre o risco de cometer alguns erros comuns, como:

Não realizar esta fase: “O gado só engorda sob o olhar do dono”. A atuação do escritor é essencial para a venda do livro. Lembre-se que não adianta conseguir uma editora para publicar seu livro, pois se ele não vender bem, esta editora não irá querer publicar seu próximo trabalho!

Não aproveitar o momento do lançamento: O lançamento do livro é um momento especial, quando o livro é notícia por si só. É muito difícil conseguir publicidade gratuita após alguns meses de lançamento, portanto planeje com antecedência e garanta que a editora irá enviar seu livro para os principais fazedores de opinião, comentaristas e críticos e busque, dentro do possível, realizar você mesmo os contatos com os principais meios de comunicação de sua região, para aumentar a chance de conseguir algum destaque.

Exagerar: Divulgue seu livro, mas não seja um chato. Se o convidarem a dar uma palestra, fale sobre o assunto em questão, mencionando apenas de passagem sua obra. Não se utilize de *spam* para enviar e-mails a milhares de desconhecidos, embora alguns deles possam vir a comprar algum livro, uma parte maior irá ver seu trabalho com desagrado. Aproveite as oportunidades para divulgar seu trabalho, mas use sempre o bom senso para que isso não se torne uma propaganda negativa.

EXERCÍCIO – PREPARANDO SUA DIVULGAÇÃO

No correr deste capítulo apresentamos diversas técnicas e ideias sobre como você pode potencializar suas vendas no momento do lançamento e após.

O fato é que não existe uma “receita de bolo”, uma “bala de prata” ou um “caminho das pedras” (escolha sua expressão clichê favorita), mas uma infinidade deles, e nenhum que garanta que sua divulgação será um sucesso. O fato é que muito deste sucesso depende da divulgação pessoa a pessoa, e esta divulgação não depende apenas de fazer seu livro parecer atrativo, mas também de ter um apelo único, ser tão bom que quem o ler vai desejar divulgar. No fundo, o sucesso ainda depende da qualidade de seu trabalho.

No entanto, vale destacar que embora não haja um caminho garantido para o sucesso, há um caminho garantido para o fracasso: não se planejar e, como consequência, não realizar a divulgação. Sem divulgação, seu livro será apenas mais um entre milhões, e por melhor que seja, pode acreditar, ele **não** será descoberto pelos leitores. E sem planejar, você fatalmente será consumido pela rotina diária e pela produção de suas próximas obras, e em consequência não irá realizar a divulgação.

Como a pessoa que melhor conhece as particularidades do trabalho é o próprio autor, o exercício deste capítulo é simples: primeiramente, fazer uma lista de todas as ações de divulgação que você efetivamente conseguirá realizar, tanto para o lançamento de seu livro, como para os meses seguintes.

A seguir, retorne à lista e a reveja, transformando-a em uma agenda de trabalho, com datas e periodicidades (diária, semanal, quinzenal, etc.), dependendo de cada ação.

De forma alguma realize seu lançamento sem ter esta agenda concluída, sob a pena de desperdiçar o momento do lançamento e suas oportunidades de divulgação.

13. “Mercado Editorial – um guia para autores”, de Andrey do Amaral
14. Pesquisa “Retratos da Leitura do Brasil”, de 2012
15. Pesquisa anual de 2014, da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe)
16. Pesquisa anual de 2014, da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe)
17. Conforme entrevista à Folha de São Paulo por Carlo Carrenho, editor da Thomas Nelson Brasil / Ediouro

ALGUMAS PALAVRAS SOBRE O MERCADO AMERICANO

SOBRE OS DESAFIOS ENFRENTADOS PELOS AUTORES QUE DESEJEM PUBLICAR NO MERCADO AMERICANO, E ALGUMAS DIREÇÕES GERAIS PARA QUEM DESEJA SEGUIR ESTE CAMINHO.

Após algum tempo publicando no mercado brasileiro, você pode ficar tentado a procurar um espaço em outros mercados – o americano, por exemplo, que é um dos maiores mercados de livros no mundo.

Há duas coisas essenciais que um autor que deseja entrar no mercado americano precisa saber.

Primeiro, que este mercado é extremamente mais organizado que o nosso e embora ainda haja espaço para inovações, usualmente o mercado age de uma maneira bastante previsível e aposta em livros que tenham um formato específico, e, de certa forma, um público garantido.

Em segundo lugar, é importante saber que este mercado é altamente voltado para si mesmo: a larga maioria dos títulos publicados são americanos e boa parte das editoras não se arrisca a publicar autores estrangeiros – exceto aqueles que venderão pelo exotismo. Um autor que escreva excelentes obras, similares a obras escritas por autores americanos, normalmente terá menos chances de publicar que um autor que ofereça algo diferente, que não poderia ter sido escrito por um americano.

Dito isso, a próxima coisa a saber é que poucas editoras aceitam trabalhos direto dos autores – a menos que você tenha algum

contato pessoal que indique que você pode enviar um original à editora, não perca seu tempo com isso.

O caminho natural para se entrar em um mercado americano é conseguir um agente literário que o represente. Há diversos sites e livros que podem ajudá-lo a selecionar um agente (consulte a seção de “Bibliografia e Referências”, ao fim desse livro para mais informações), mas de maneira geral, tudo o que falamos sobre a seleção de uma editora no Brasil serve para a seleção de um agente literário no exterior: procure se informar sobre quais livros e gêneros ele representa, a forma como espera receber originais, etc.

A maioria dos agentes espera apenas uma “*Query Letter*”, uma carta apresentando a obra e o autor, em no máximo duas páginas. Caso ele se interesse, pedirá alguns capítulos para leitura.

Desnecessário falar que toda a comunicação com o agente deve ser realizada em inglês e que seu livro deve ter pelo menos alguns capítulos e uma sinopse nesta língua para que possa ser avaliado.

Mais adiante neste capítulo falamos sobre o formato esperado para envio de original (“*manuscript*”, em inglês, que realmente significa original e não “feito à mão”) e um exemplo de contrato com um agente americano. Quanto à *query letter*, pode ser seguido o modelo de proposta editorial apresentado no capítulo “Chegando à Editora”, que foi criado a partir de modelos de *query letters* e sugestões de autores nacionais.

Não é nosso objetivo aqui apresentar um guia completo sobre como entrar no mercado americano, mas sim apresentar estas informações e modelos, que são um conjunto mínimo que um agente literário espera de um escritor aspirante a profissional.

ESCOLHENDO BEM SEU AGENTE LITERÁRIO NORTE-AMERICANO

Ao entrar em qualquer mercado o autor precisa conter seu ímpeto de querer começar rapidamente e gastar um tempo estudando o mercado e suas relações, principalmente para não correr o risco de ser enganado por pessoas que se dizem agentes literários, mas agem de má fé.

A Associação de Escritores de Fantasia e Ficção Científica dos Estados Unidos (SFWA – *Science Fiction and Fantasy Writers of America*) possui fóruns de discussão abertos que oferecem muitas informações úteis para quem quer conhecer melhor este mercado. Uma seção do site da associação é bastante útil para iniciantes, a “*Writer Beware*” (<http://www.sfwawriters.org/for-authors/writer-beware>), algo como “Cuidados para Autores”.

Nesta seção, além de apresentar uma lista de agências literárias que realizam práticas abusivas, a SFWA ainda lista o que é considerado como relacionamento abusivo de agências literárias para autores no contexto americano.

A lista destas práticas abusivas e problemas que podem indicar que uma agência não é confiável inclui:

- **Cobrança de taxas, quaisquer que sejam.** Algumas agências as chamam de taxas de leitura, taxas de marketing, taxas administrativas, taxas de processamento e diversos outros nomes e inclusive chegam a entregar algum resultado (como uma carta de recomendação ou um relatório de leitura crítica) para justificar a cobrança da taxa. Qualquer cobrança de pagamento adiantado, sejam valores fixos mensais ou taxas variáveis de acordo com as despesas do agente, como condição necessária para representação são considerados abusivos no mercado americano – embora algumas agências respeitáveis cobrem taxas após concluir uma venda. Normalmente o agente literário, nos Estados Unidos, ganha

apenas uma parte dos *royalties* de cada livro publicado por seus autores.

- **Cobrança de pagamento para edição ou para indicação do livro a um editor.** Alguns agentes simplesmente indicam seus clientes a gráficas que agem como editoras, que publicam qualquer coisa desde o escritor pague os custos (são os chamados “*vanity publishers*”, algo como “editores de vaidade”). Outros trabalham como agentes literários mas indicam empresas de editoração eletrônica e revisão que pagam ao agente um valor para cada cliente indicado. Há ainda diversas agências que são apenas uma fachada para gráficas e serviços de editoração.

- **Agências sem registros (ou com poucos registros) de resultados.** Muitas agências nunca fizeram uma venda real a uma editora comercial. Procure conhecer os livros representados pela agência que você irá procurar e verifique quando os livros indicados foram publicados e se ainda estão sendo vendidos.

- **Termos de contrato autor-agente fora do comum.** Contratos devem ser avaliados com cuidado, evitando cláusulas que sejam de alguma forma perpétuas, cobrando comissão por trabalhos futuros dos clientes mesmo que a agência não tenha participado de sua venda, ou cobranças para despesas administrativas da agência, como viagens e entretenimento, mesmo que na promoção dos trabalhos do autor. Veja ao fim do livro um modelo de contrato padrão para o mercado Americano – embora possam haver diferenças entre contratos, este modelo oferece uma boa visão das cláusulas mais comuns.

- **Práticas pouco profissionais.** Um bom agente literário sabe o que deve e o que não deve mandar a uma editora – quer normalmente espera apenas uma proposta (a “*query letter*”) e, no máximo, alguns capítulos e uma sinopse do livro. Agências com pouca experiência podem, entre outras coisas, enviar formulários para os editores preencherem e retornarem, indicando interesse; enviar diversas propostas em um só envelope; enviar a mesma proposta a uma dúzia ou mais de editores simultaneamente, muitas vezes sem uma avaliação mais cuidadosa dos reais interesses de cada editor; e mesmo “engordar” uma proposta com materiais extras

como fotos do autor, modelos de capas sugeridas para o livro, ou exemplos de ilustrações.

•**Mentiras quanto à sua experiência e competência.** Se uma agência não tem registros de vendas, ou tem poucos registros, o escritor não deve acreditar que ela é uma agência competente em vender originais, nem acreditar em números de vendas apresentados pela agência. Verifique sempre se as “vendas” do agente literário são para editoras comerciais, uma vez que alguns agentes contam em seu registro de vendas os livros encaminhados a gráficas (os “*vanity publishers*”)

Estes são apenas alguns dos pontos a que você deve atentar quando entrando em qualquer novo mercado. Além destes, procure sempre se informar, buscando na internet sítios de associações de autores, de agentes e outros associados ao mercado literário.

A **atenção:** Estas “regras” não se aplicam ao mercado brasileiro, onde a profissão de agente literário ainda está se estabelecendo. Aqui, é normal a cobrança de taxas diversas, embora alguns agentes atuem da mesma forma que o mercado norte americano.

ALGUMAS PALAVRAS SOBRE MARKETING E VENDAS

Um detalhe a se prestar muita atenção é que publicar o primeiro livro no mercado americano é uma grande vitória, mas não significa que você conseguiu, definitivamente, seu espaço ao sol.

No mercado americano, como no brasileiro, as livrarias têm um espaço limitado para expor livros, portanto apenas os lançamentos e os livros de melhor venda conseguirão efetivamente um espaço nas livrarias.

No entanto, a concorrência no mercado americano é muito maior e a quantidade de novos títulos sendo lançados todos os meses é imensa. Desta forma, seu livro terá algumas poucas semanas para conseguir uma venda expressiva nas livrarias e caso não o consiga ele será devolvido à editora. Se após alguns meses seu livro não vender bem, você será “marcado” como um autor que não vende, dificultando em muito a venda de um segundo livro para a mesma editora. E como o mercado americano é bem organizado, outras editoras fatalmente estarão informadas sobre o ocorrido, o que pode fechar este mercado definitivamente para você.

Desta forma, muitas vezes é melhor conseguir uma pequena editora, com distribuição regional mas uma ação de marketing um pouco mais consistente e que não espere grandes vendas, do que conseguir uma grande editora e, com isso, assumir grandes responsabilidades.

Outro ponto importante sobre o mercado internacional, especialmente o americano e o inglês, é a forma como as editoras investem em marketing.

Algumas editoras, principalmente na Inglaterra, possuem uma verba de marketing a ser aplicada igualmente em todos os livros de novos autores, o que garante que seu livro terá pelo menos algumas inserções na imprensa e outras ações do gênero custeadas pela editora.

Já diversas editoras americanas trabalham com a ideia de “slots”, ou “categorias” para livros, organizadas de forma hierárquica. Por exemplo, livros no “Slot 1” recebem capas especiais (com relevo ou outros detalhes), anúncios em jornais, dinheiro para propaganda e expositores para destacar o livro nas livrarias. Os livros do “Slot 2”, recebem o mesmo tratamento, exceto que não são criados expositores. Livros no “Slot 3” não recebem verba para capas especiais; e assim por diante. Caso seu livro fique em uma categoria que receba apenas verbas para pequenos anúncios, todo o esforço de marketing deverá ser realizado pelo autor e seu agente.

Ficar em uma destas categorias sem dinheiro para marketing não é o fim do mundo – afinal, é isso que o acontece com a maior parte dos livros no Brasil.

O importante, ao assinar um contrato com uma editora estrangeira, é lembrar de se informar sobre como a editora irá realizar o marketing do livro e independente disso realizar o máximo de esforços para fazer o livro vender bem.

COMO ENVIAR SEU ORIGINAL

John Gregory Betancourt, escritor americano, preparou para a Associação de Escritores de Ficção Científica e de Fantasia dos Estados Unidos (SFWA) um texto bastante claro sobre como os agentes literários e as editoras americanas esperam receber seu original. Com sua autorização, apresentamos aqui uma versão resumida de seu artigo, cujo original pode ser consultado em <http://www.sfw.org/2005/01/the-obligatory-manuscript-format-article>.

Para romances, editores e agentes irão esperar um texto:

- Na fonte “Courier”
- Em um tamanho padrão e facilmente legível (“12 pontos”)
- Com espaçamento duplo (entre LINHAS, não entre PALAVRAS!)
- Com uma margem de 1 polegada (2,54 cm) de cada lado
- Em SOMENTE um lado do papel
- Com alinhamento apenas à esquerda (sem alinhamento à direita)
- Com seu endereço no canto superior esquerdo da página 1
- Com a contagem de palavras no canto superior direito da página 1
- Com o título com TODAS MAIÚSCULAS exatamente no meio da página 1
- Com seu nome (“by Nome do Escritor”) duas linhas abaixo do título
- Com a história começando na página 2 (ou em uma página seguinte, caso haja dedicatórias, agradecimentos ou citações anteriores à primeira página)
- Com todas as páginas depois da primeira página contendo o último nome do autor, o título da história e o número da página corrente no canto superior direito (“Autor / HISTÓRIA / 2”)

Cada um dos itens desta lista existe por uma razão legítima e sensata, embora à primeira vista os requisitos pareçam um pouco

arbitrários. Para evitar esta impressão, apresentamos a seguir uma breve explicação sobre cada um deles

- Na fonte “Courier”:** Courier é uma fonte de tamanho fixo, ou seja, todas as letras ocupam o mesmo espaço. Ela é fácil de ler e, mais importante, fácil de calcular a quantidade de palavras de sua história mais facilmente. A quantidade de palavras, neste caso, não é o valor exato que é calculado por um editor de texto, mas uma média (considerando que uma palavra tem cinco letras e um espaço) calculada pelas editoras americanas para saber o esforço de diagramação da história. Em histórias curtas, este valor também é utilizado para pagar o autor (o pagamento é pelo total de palavras)

- Em um tamanho padrão e facilmente legível (“12 pontos”):** Editores ganham a vida com seus olhos. Você quer tornar o trabalho de leitura de seu original o menos doloroso que for possível.

- Com espaçamento duplo (entre LINHAS, não entre PALAVRAS!):** Editores fazem anotações em seu original quando contratam sua publicação – edições, correções, indicações para diagramação. Você deve deixar espaço suficiente entre as linhas para facilitar este trabalho.

- Com uma margem de 1 polegada (2,54 cm) de cada lado:** novamente, para deixar espaço para o editor trabalhar.

- Em SOMENTE um lado do papel:** A maioria da indústria trabalha em um só lado do papel, portanto se você usar os dois lados, corre o risco de causar uma má impressão ou ter metade de sua história não lida. Adeque-se ao padrão da indústria e use papel reciclado caso se sinta mal pelo desperdício.

- Com alinhamento apenas à esquerda (sem alinhamento à direita):** Isto completa o uso da fonte “Courier”, de forma a garantir a contagem de palavras mais precisamente. Esta contagem é realizada da seguinte forma: Pegue uma folha qualquer, do meio do original, que represente o formato comum do texto. Usando uma régua, coloque-a paralela à margem direita para que ela cubra as linhas de forma a deixar metade do final das linhas aparecendo e metade sem aparecer. Como a

maior parte das páginas formatadas contém 24 ou 25 linhas, você deve mover a régua da esquerda para a direita até ver 12 ou 13 linhas aparecendo. Marque o ponto onde a régua parou e conte, em uma linha, o total de letras (incluindo espaços) até o início da linha. Divida o total por seis (lembre-se: as palavras são consideradas como tendo em média 5 letras e um espaço). Multiplique este valor pelo total de linhas da página (por exemplo: 60 caracteres dividido por 6 é igual a 10 palavras por linha; multiplicado por 25 é igual a 250 palavras por página). Multiplique então este total pelo número de páginas do original – fazendo ajustes para áreas em branco, como por exemplo metade da página em branco ao início de cada capítulo. Isto irá lhe dar o valor acurado de palavras, conforme o cálculo de um editor americano.

- Com seu endereço no canto superior esquerdo da página 1:** Você realmente quer que o editor que deseja comprar sua história seja capaz de encontrá-lo.

- Com a contagem de palavras no canto superior direito da página 1:** Isto é somente um indicativo para o editor, que irá realizar sua própria contagem (especialmente se for para o pagamento por palavras). Para simplificar, você pode utilizar a contagem real de palavras, calculada pelo editor de texto, aqui.

- Com o título com TODAS MAIÚSCULAS exatamente no meio da página 1:** Você quer que o título salte aos olhos do leitor e não que ele fique tentando descobrir qual é o nome da história.

- Com seu nome (“by Nome do Escritor”) duas linhas abaixo do título:** Na forma como você deseja que seu nome apareça na capa do livro. Se você utiliza um pseudônimo, coloque-o aqui. Garanta que seu nome real apareça junto ao endereço, pois você deseja poder sacar os cheques de pagamento quando eles chegarem e com certeza terá problemas se eles chegarem com seu pseudônimo.

- Com a história começando na página 2 (ou em uma página seguinte, caso haja dedicatórias, agradecimentos ou citações anteriores à primeira página):** você sempre começa

novos capítulos de um livro em uma nova página, assim, o designer de produção do livro terá espaço suficiente para escrever instruções de produção do livro para o diagramador.

•**Com todas as páginas depois da primeira página contendo o último nome do autor, o título da história e o número da página corrente no canto superior direito (“Autor / HISTÓRIA / 2”):** Você deve identificar cada uma das páginas de sua história completamente. Lembre-se que o editor compra muitas histórias e acidentes acontecem. Se sua história se misturar com alguma outra história, por algum motivo qualquer, você quer que ela seja facilmente separada e reordenada. O nome do autor evita confusões no caso de outra pessoa ter escrito uma história com o mesmo título; o título da história é importante para o caso do editor estar avaliando diversas de suas histórias e o número da página é importante para que a história seja lida e diagramada da ordem apropriada.

Apesar de atualmente a maior parte das editoras partir do original em formato eletrônico, muitas das práticas descritas aqui continuam sendo utilizadas, algumas por serem realmente úteis, outras mais por questões históricas.

Lembre-se que não seguir estas regras pode dar a impressão ao editor de estar tratando com um amador; e usar estas regras tornará o trabalho de editores, revisores e diagramadores mais simples, evitando gerar alguma antipatia inicial pelo seu trabalho.

Vale destacar um ponto importante: No Brasil estas “regras” não são seguidas, embora muitas delas devam ser utilizadas, como a inclusão do nome e endereço do autor já na primeira página - por incrível que pareça, muitos originais chegam às editoras brasileiras apenas com o nome do autor e se o envelope onde vieram se perde, o autor não tem como ser contatado!

MODELO DE CONTRATO COM UM AGENTE LITERÁRIO

Nesta seção apresentamos a tradução livre e versão original do exemplo de contrato criado pelo Comitê de Contratos da Associação de Autores de Ficção Científica e Fantasia dos Estados Unidos (SFWA), publicamente disponível no site <http://www.sfw.org/2009/07/sfw-model-author-agent-contract>.

O objetivo deste modelo é apenas dar uma visão geral do que se espera em um acordo com um agente literário americano e embora possa eventualmente ser utilizado como um padrão de contrato.

CONTRATO AGENTE-AUTOR (TRADUÇÃO LIVRE)

Este contrato foi escrito sob a supervisão do comitê de contratos da SFWA. O modelo ou contrato de exemplo foi escrito como um guia para escritores na compreensão dos contratos de publicação comuns e para ajudá-los a negociar contratos melhores. Não é seu objetivo ser usado como um contrato padrão por editoras, escritores ou agentes, nem deve ser citado como aprovado pela SFWA. Estes contratos foram escritos de escritores para escritores e são apenas para propósitos educacionais. Como qualquer documento legal, você deve consultar um advogado para a interpretação exata da lei. Os conselhos incluídos aqui não pretendem ser conselhos legais ou a prática da lei. Alguns modelos ou exemplos de contratos estão precisando de revisão e atualização. Como parte dos esforços contínuos para educar escritores sobre contratos de publicação, o comitê de contratos periodicamente escreve novos modelos de contratos ou atualiza os antigos exemplos. Encaminhe comentários ou sugestões ao representante do comitê de contratos da SFWA.

REVISÃO 2.1

20 de agosto de 1996

Como contratos autor-agente não seguem um padrão único, algumas cláusulas alternativas estão incluídas neste rascunho, acompanhadas por comentários em destaque – John E. Stith

DECLARAÇÃO INICIAL. Este acordo (o “Acordo”) datado de [data da

assinatura], estabelece o relacionamento entre [*nome do autor aqui*] (o “Autor”), também publicado sob o(s) nome(s) [*incluir pseudônimos aqui*] e [*nome da agência literária aqui*] (O “Agente Literário”)

1. AGENTE LITERÁRIO REPRESENTA O AUTOR. Pelos termos deste Acordo, o Autor contrata o Agente Literário para:

(a) Representar o Autor para a venda dos seguintes trabalhos (“Trabalhos Representados”), escritos ou a serem escritos pelo Autor e não cobertos por vendas não-agenciadas ou contratos anteriores com outras agências: (1) todos os livros completos de ficção e (2) todos outros escritos que Autor e Agente Literário possam entrar em acordo.

(b) Sujeito à aprovação do Autor, a negociar vendas (“Vendas Representadas”) de (1) Trabalhos Representados nos Estados Unidos, seus territórios e no Canadá (“Vendas Domésticas”), (2) Trabalhos representados em mercados não domésticas (“Vendas ao Exterior”) e (3) direitos secundários ou derivados dos Trabalhos Representados (como filmes, TV, gravações ou outras mídias dramáticas) em qualquer lugar do mundo (“Vendas Subsidiárias”).

(c) Receber pagamentos e royalties de todas as Vendas Representadas enquanto os contratos destas vendas estiverem válidos.

O Autor atesta que, durante o tempo deste Contrato, o Autor não irá empregar nenhum outro Agente Literário para representar o Autor em seus Trabalhos Representados. É de conhecimento que alguns dos trabalhos já realizados pelo Autor podem ser excluídos deste contrato devido a contratos anteriores com outras agências. *{Alguns autores preferem ter agentes para filmes separados dos agentes literários. Qualquer que seja a decisão, ela deve ser clara tanto para o autor quanto para o agente}*

2. CONTRATOS. O Agente Literário deve realizar seus melhores esforços em promover os Trabalhos Representados do Autor. Nenhuma Venda Representada deve ser realizada a menos que aprovada pelo Autor em um contrato assinado (um “Contrato Representado”). O Autor pode, por escrito, autorizar o Agente Literário a assinar contratos em seu nome. *{Autores podem querer oferecer uma autorização limitada para deixar o agente assinar somente contratos para o mercado estrangeiro ou assinar contratos que o autor tenha aprovado verbalmente}*

3. COMISSÃO DO AGENTE. O Agente Literário deve receber uma comissão (“A Comissão do Agente”) igual a X por cento de todas as Vendas

Domésticas, Y por cento de todas as Vendas Subsidiárias e Z por cento de todas as Vendas ao Exterior. *{Embora os autores esperem que estas taxas de comissão sejam as mais baixas possíveis, reconhecemos que os agentes preferem que elas sejam tão altas quanto possível. Vários agentes cobram 10 por cento das vendas domésticas, 15 por cento das vendas subsidiárias e 20 por cento das vendas para o exterior e obviamente estas taxas representam um papel importante na decisão por assinar com determinado agente}*

4. DIREITOS SUBSIDIÁRIOS. Sujeito ao consentimento do Autor, o Agente Literário pode associar-se a todas subsidiárias ou co-agentes que ele acredite melhor representarem o Autor nas Vendas ao Exterior.

5. DESPESAS REALIZADAS PELO AGENTE LITERÁRIO. A partir da Comissão do Agente Literário, o Agente Literário deve pagar (a) todas as comissões requeridas por agentes subsidiários ou do exterior e (b) quais outros custos, listados no Adendo em anexo, que o Agente Literário possa ter ao promover ou vender os Trabalhos Representados do Autor. O Agente Literário não deve ser reembolsado de tais despesas nem precisa prestar contas delas ao Autor, exceto no caso em que o Autor deva reembolsar o agente por despesas não usuais, que o Agente Literário possa ter conforme consentimento anterior ao Autor, associadas aos Trabalhos Representados. *{Esta frase é o melhor caso para o autor, mas é apenas um outro componente na negociação entre autor e agente, que deve ser levado em calculada junto com a comissão projetada do agente quando comparando dois agentes semelhantes. Muitas vezes, os agentes que cobram comissões mais altas estão querendo incluir estas despesas dentro da comissão. Apenas tenha claro o que é esperado que você pague e se você puder, limite despesas adicionais àquelas aplicáveis somente aos trabalhos efetivamente vendidos.}*

6. DESEMBOLSOS. Em nome do Autor, o Agente Literário deve coletar todos os pagamentos devidos ao Autor sob qualquer Contrato Representado ("Pagamentos do Autor") e deve, dentro de dez dias do recebimento do dinheiro, desembolsar a quantia de tais Pagamentos do Autor para o Autor, subtraída da Comissão do Agente Literário e de quaisquer despesas mutuamente aprovadas.

7. DECLARAÇÕES. Em Janeiro de cada ano, o Agente Literário deve entregar ao autor uma declaração anual mostrando todos os Pagamentos ao Autor, Comissões do Agente e outras deduções item a item para o ano anterior. *{Nem todas as agências fazem isso, mas isso é desejável para o autor. O mínimo necessário é um formulário para o imposto de renda (IRS*

Form 1099 no texto original) que identifique os totais de pagamentos e de comissões.}

8. AVISOS. O Agente Literário e o Autor devem imediatamente enviar um ao outro cópias de (a) qualquer aviso legal associado ao Contrato Representado, (b) qualquer comunicação importante de qualquer editora sob o Contrato Representado e qualquer correspondência material.

9. ENCERRAMENTO. Este contrato pode ser voluntariamente encerrado por qualquer razão, por quaisquer das partes, através de um aviso por escrito com trinta dias de antecedência para a outra parte, detalhando as causas para o encerramento, enviadas por correio registrado, com registro de entrega, para os endereços abaixo:

Se para o Agente Literário, para [*Endereço do Agente Literário*]

Se para o Autor, para [*Endereço do Autor*]

Ou outros endereços que qualquer das partes possa designar para escrever para a outra.

Após o encerramento, o Agente Literário deve continuar a administrar os Contratos Representados os quais o Agente Literário negociou quando o contrato estava válido e reter a Comissão do Agente Literário relativa a estes Contratos Representados. O Agente Literário não deve fazer novas vendas dos Trabalhos Representados.

10. CONTATOS. Correios enviados para o Autor aos cuidados do Agente Literário podem ser abertos e tratados pelo Agente Literário, a menos que sejam aparentemente de natureza pessoal, que neste caso devem ser encaminhadas imediatamente pelo Agente Literário para o Autor. Quando o Autor for contactado diretamente por qualquer pessoa ou grupo interessado nos Trabalhos Representados do Autor, o Autor deve informar o Agente Literário imediatamente e direcionar o interessado para entrar em contato com o Agente Literário.

11. ADENDOS. Este Acordo contém o acordo completo entre as partes aqui mencionadas. Ele sobrepõe qualquer acordo anterior e pode receber adendos por escrito por consenso mútuo.

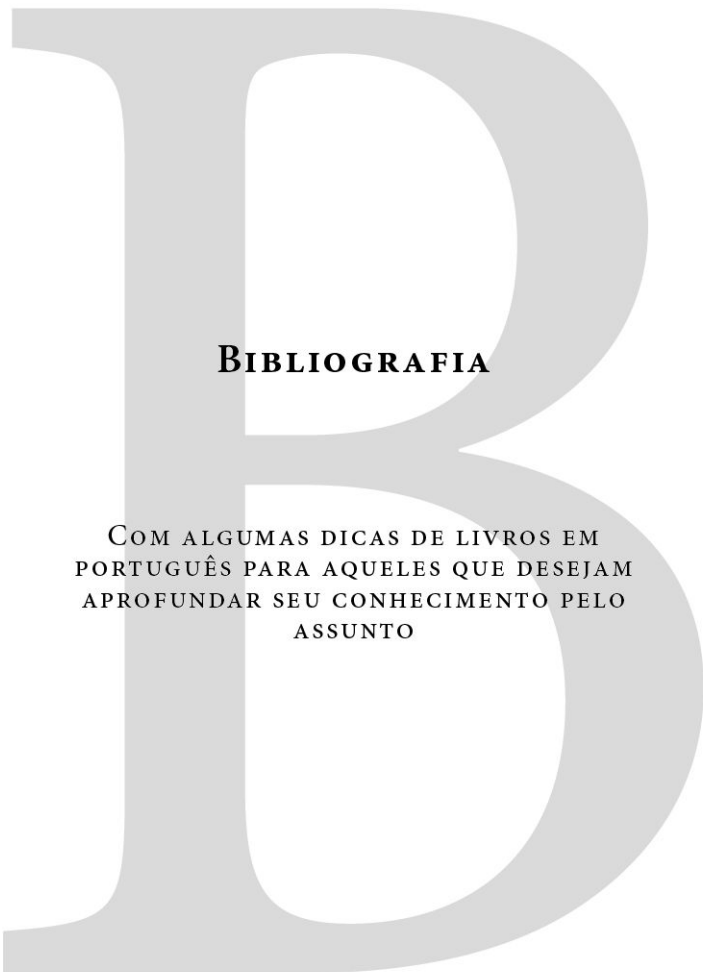
MUITOS AUTORES JÁ POSSUEM UM ACORDO DE CAVALHEIROS OU POR ESCRITO COM UM AGENTE E PODEM NÃO QUERER IMPÔR A MAIOR PARTE DESTES CONTRATOS DE EXEMPLO. UMA VEZ QUE MUITOS CONTRATOS PADRÃO E DE CAVALHEIROS NÃO DEFINEM COMO O

ENCERRAMENTO DO CONTRATO DEVE SER REALIZADO, AUTORES DEVEM CONSIDERAR USAR A SEÇÃO 9 (ENCERRAMENTO) COMO UMA CLÁUSULA DE UM CONTRATO EXISTENTE, OU COMO UM ACORDO EM SEPARADO. MUITAS AGÊNCIAS USAM SEU PRÓPRIO CONTRATO e CERTAMENTE NÃO HÁ NADA DE ERRADO COM ISSO. NÓS RECOMENDAMOS, NO ENTANTO, QUE VOCÊ USE ESTE MODELO COMO UM GUIA PARA LEMBRÁ-LO DE GARANTIR QUE AS CLÁUSULAS QUE VOCÊS SENTEM SEREM IMPORTANTES ESTÃO SATISFATORIAMENTE ENDEREÇADAS DE ALGUMA FORMA EM QUALQUER CONTRATO QUE VOCÊ ASSINAR. Os itens acima representam o consenso do então corrente comitê de contratos da SFWA: Michael A. Armstrong, Damon Knight (que desde então deixou o grupo), David Alexander Smith e John E. Stith. Além disso, Michael A. Armstrong e Damon Knight recomendam que os autores incluam a seguinte cláusula de encerramento>

“Este contrato não pode ser atribuído a terceiros por qualquer das partes sem o consentimento por escrito da outra.

“Em caso de o Agente Literário morrer, deixar o negócio de agenciamento, ou cometer uma quebra substancial deste acordo, o Autor ou seus herdeiros e pessoas designadas podem revogar todos os direitos atribuídos ao Agente Literário por este instrumento.”

– JES, 8/20/96



BIBLIOGRAFIA

COM ALGUMAS DICAS DE LIVROS EM
PORTUGUÊS PARA AQUELES QUE DESEJAM
APROFUNDAR SEU CONHECIMENTO PELO
ASSUNTO

O livro não termina aqui – continue em contato com o autor em seu blog com dicas para escritores:

<http://DicasDoAlexandreLobao.blogspot.com.br>

Além disso, muitos livros já foram escritos sobre o processo criativo, com diferentes abordagens para apoiar a criação literária e alguns outros sobre o mercado editorial e outros ainda concentrados em determinadas partes da produção de um romance, como a criação de personagens ou a estruturação do enredo.

A maioria do material de estudo nesta área é em inglês; mas felizmente encontramos muito material em português, entre traduções e produções nacionais.

Apresentamos a seguir uma lista que, longe de ser exaustiva, é pelo menos um ponto de partida interessante para quem deseja se aprofundar no assunto.

- “Os segredos da ficção”, Raimundo Carrero
- “Cartas a um jovem escritor”, Mario Vargas Llosa
- “Cartas a um jovem escritor”, Fernando Sabino
- “Breve manual de estilo e romance”, Autran Dourado
- “Não perca a prosa”, Antonio Fernando Borges
- “Guia prático para a criatividade”, Julia Cameron
- “A arte da ficção”, John Gardner
- “Laboratório do escritor”, Ricardo Piglia
- “O Herói de Mil Faces”, Joseph Campbell - Editora Cultrix/Pensamento, 1995.
- “A Jornada do Escritor”, Christopher Vogler - trad. Ana Maria Machado - Editora Nova Fronteira.

- “Escreva seu livro – Guia prático para edição e publicação”, Laura Bacellar - Editora Mercuryo
- “A arte de ler”, Émile Faguet - Casa da palavra.
- “A arte da ficção”, David Lodge - L&PM EDITORES
- “Oficina de Escritores - um manual para a arte da ficção”, Stephen Kock - Martins Fontes
- “Da criação ao roteiro” – Doc Comparato, Rocco
- “Manual de Roteiro”, Syd Field
- “Para ler como um Escritor”, Francine Prose
- Como Escrever Um Romance de Sucesso, Albert Zuckerman - Mandarin Editora
- Como Funciona A Ficção, James Wood, editora Cosac Naify
- Soares, Laissa e Batista, Tiago. A Era Kindle. Como Publicar e Lucrar com seu Livro na Amazon. Brasil: Larga da Online, 2013.
- Carrenho, Carlo. O Brasil Não é o País do E-reader. Publicado em <http://www.tiposdigitais.com/2014/04/brasil-nao-e-pais-do-ereader.html>

ILUSTRAÇÃO TEXTO DIVULGAÇÃO CONQUISTAR

A **Bíblia do Escritor** reúne 15 anos de estudos e prática do autor como escritor e roteirista profissional, além de sua experiência como leitor crítico e jurado de concursos literários. Neste livro, o autor oferece um passo a passo que leva desde a validação da ideia inicial até a procura por uma editora e a divulgação da obra após publicada, passando pela definição dos personagens, estruturação da trama e seus pontos de virada, elaboração das cenas e muito mais.

Além de ferramentas objetivas para produção de roteiros e romances, com exercícios a cada capítulo, o autor oferece um panorama geral de como funciona o mercado editorial, ajudando escritores iniciantes ou experientes a entender melhor as complexidades deste mundo. Para completar esta visão, a **Bíblia do Escritor** traz depoimentos e participações de escritores, editores, agentes literários e outros profissionais da área.

Por todas estas características, a **Bíblia do Escritor** é uma obra obrigatória para todos que querem se profissionalizar como escritores ou desejam conhecer mais sobre o fascinante processo de criação de romances e roteiros.

ISBN: 978-85-92864-40-8



9 788592 864408
TRAMPOLIM EDITORA

CRÍTICO PENS EDITORAS ENCADEAMENTO SENTIDOS PALAVRAS DIGITAL SUMÁRIO ENTREVISTAS RESPOSTAS CENA

ROMANCE
AÇÃO
MARKETING
META
PRÁTICA

E-BOOK
INÍCIAS
SENSAÇÕES
LITERATURA
ABEI
TEMA

FERRAMENTAS